



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
CENTRO DE ARTES
CURSO DE DESIGN GRÁFICO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CRISTINA PASTORINI URBIM

PERSONALIZAÇÃO VISUAL DO FIGURINO NO JOGO RAGNAROK ONLINE

Trabalho acadêmico apresentado ao Centro de Artes para conclusão do curso de graduação em Design Gráfico da Universidade Federal de Pelotas, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design Gráfico.

Orientador: Profa. Ms. Mônica L. Faria

Banca examinadora:

Ana Paula Penkala e Nádia Senna

"E se, numa rua lotada, você olhar pra cima e ver que alguma coisa aparece, que não devia, dado a tudo o que nós sabemos, estar ali. Você pode balançar a cabeça e dispersar aquilo, ou aceitar o fato de que há muito mais coisas no mundo do que nós pensamos. Talvez realmente haja uma porta que dará em um outro lugar. Se você escolher entrar... você pode encontrar coisas inesperadas." - Shigeru Miyamoto



AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais e aos meus irmãos pelo apoio que me deram sempre que precisei; à minha irmã Luciana por me ajudar nessa reta final; à minha sobrinha que eu amo muito, Camila, que irradia felicidade por onde passa; ao meu "namorado", Felipe, por estar sempre ao meu lado apesar da distância, pelo carinho e paciência; e aos meus amigos Ana, Pedro, Franthiela e Raquel, porque sem eles não teria sido tão divertido!

RESUMO

Para a realização desse trabalho, o ponto de partida será a relação dos jogos digitais com o design gráfico, partindo para o design de personagens, que faz parte do ramo da ilustração - área de atuação do design gráfico - enfatizando o figurino e os acessórios dentro deste para, por fim, chegar ao assunto principal, análise e criação de acessórios de personalização visual do figurino, especialmente no jogo *Ragnarok Online*.

Palavras-chave: Personalização, Jogos Digitais, Design de personagem, Figurino, Ragnarok Online.

ABSTRACT

To carry out this work, the starting point is relationship of digital games with graphic design, leaving for the character design, which is part of the illustration field – field of graphic design – emphasizing the costumes and accessories in this to finally get the main subject, analysis and creation of visual customization accessories of the costume, especially in the game *Ragnarok Online*.

Keywords: Customization, Digital Games, Character Design, Costume, Ragnarok Online.

- Figura 1:** Personagem 2D com efeito 3D, aura do nível 99 | p. 13
- Figura 2:** Personagem evoluindo após derrotar um monstro | p. 14
- Figura 3:** Personagens recém casados. | p. 17
- Figura 4:** Comércio aberto pela habilidade de classe | p. 18
- Figura 5:** Janela de Informações básicas | p. 19
- Figura 6:** Janela do Inventário | p. 20
- Figura 7:** Janela de Equipamento | p. 20
- Figura 8:** Janela do Mini Mapa | p. 20
- Figura 9:** Janela do Mapa Mundi | p. 21
- Figura 10:** Aprendizes | p. 23
- Figura 11:** SuperAprendizes | p. 23
- Figura 12:** Espadachins | p. 23
- Figura 13:** Magos | p. 23
- Figura 14:** Gatunos | p. 23
- Figura 15:** Noviços | p. 23
- Figura 16:** Arqueiros | p. 23
- Figura 17:** Mercadores | p. 23
- Figura 18:** Taekwons | p. 24
- Figura 19:** Justiceiros | p. 24
- Figura 20:** Ninjas | p. 24
- Figura 21:** Poring e família | p. 25
- Figura 22:** Monstros comuns | p. 25
- Figura 23:** Mini chefes | p. 25
- Figura 24:** Chefes | p. 25
- Figura 25:** Conjunto de chapéus considerados fofos | p. 27
- Figura 26:** Conjunto de chapéus considerados sombrios | p. 27
- Figura 27:** Conjunto de chapéus limitados | p. 27
- Figura 28:** Model Sheet de um personagem | p. 37
- Figura 29:** Mario, Link, Donkey Kong e sua evolução | p. 38
- Figura 30:** Esboços dos movimentos de um personagem | p. 39
- Figura 31:** O vilão Diablo e sua forma intimidadora | p. 40
- Figura 32:** Nerds e sua peculiar aparência | p. 42
- Figura 33:** Roqueira (Joan Jett) e sua roupa de couro | p. 43
- Figura 34:** Patricinha e seu cachorrinho | p. 43
- Figura 35:** Representações de Odin | p. 45
- Figura 36:** Representações de Odin | p. 45
- Figura 37:** Representações de Odin | p. 45
- Figura 38:** Representações de Odin | p. 45

- Figura 39: Esboços dos itens de Odin | p. 46
- Figura 40: Coroa de Odin | p. 47
- Figura 41: Olho de Odin | p. 48
- Figura 42: Manto de Odin | p. 48
- Figura 43: Maçã Dourada | p. 48
- Figura 44: Representações de Loki | p. 49
- Figura 45: Representações de Loki | p. 49
- Figura 46: Representações de Loki | p. 49
- Figura 47: Representações de Loki | p. 49
- Figura 48: Representações de Loki | p. 49
- Figura 49: Esboços dos itens de Loki | p. 50
- Figura 50: Chifres de Loki | p. 51
- Figura 51: Orelhas de Loki | p. 52
- Figura 52: Cinto de Loki | p. 52
- Figura 53: Maçã Dourada | p. 52
- Figura 54: Representações de Jormungand | p. 53
- Figura 55: Representações de Jormungand | p. 53
- Figura 56: Representações de Jormungand | p. 53
- Figura 57: Representações de Jormungand | p. 53
- Figura 58: Esboços dos itens de Jormungand | p. 54
- Figura 59: Cabeça de Jormungand | p. 55
- Figura 60: Olhar de Jormungand | p. 55
- Figura 61: Presas de Jormungand | p. 56
- Figura 62: Anel de Jormungand | p. 56
- Figura 63: Espadachim e Conjunto de Odin | p. 58
- Figura 64: Sábia e Conjunto de Loki | p. 59
- Figura 65: Shura e Conjunto de Jormungand | p. 60
- Figura 66: Pong | p. 65
- Figura 67: Spacewar! | p. 65
- Figura 68: Gunsfight | p. 66
- Figura 69: Pacman | p. 66
- Figura 70: Space Invaders | p. 67
- Figura 71: Super Mario Bros | p. 67
- Figura 72: Altered Beast | p. 68
- Figura 73: F-Zero | p. 68
- Figura 74: Virtua Fighter | p. 68
- Figura 75: Gran Turismo | p. 69
- Figura 76: Okami | p. 69

Classes de personagens | p. 22

LISTA DE FIGURAS | p. 5

LISTA DE TABELAS | p. 7

INTRODUÇÃO | p. 9

CAPÍTULO 1 – Ragnarok Online | p. 13

1.1 – História | p. 14

1.2 – Como jogar | p. 16

1.3 – Personagens | p. 21

1.4 – Equipamentos | p. 26

CAPÍTULO 2 – Jogos Digitais e Design Gráfico | p. 28

CAPÍTULO 3 – Design de Personagem | p. 36

3.1 – Figurino | p. 40

CAPÍTULO 4 - Etapa Prática | p. 44

4.1 – Conjunto de Odin | p. 45

4.2 – Conjunto de Loki | p. 49

4.3 – Conjunto de jormungand | p. 53

4.4 – Resultados | p. 56

CONSIDERAÇÕES FINAIS | p. 61

GLOSSÁRIO | p. 63

APÊNDICE | p. 65

REFERÊNCIAS | p. 70

Os jogos digitais¹ existem há mais de 40 anos, e desde seu surgimento vem se adaptando às novas tecnologias e conquistando públicos de todos os gêneros e idades. Em decorrência disso, se tornou uma indústria tão poderosa quanto o cinema, movimentando milhões de dólares por ano. Do seu nascimento até a década de 90, os *games* inspiraram sua linguagem gráfica “nos diversos meios ligados ao entretenimento e ao lazer, tornando-se laboratório de exploração da convergência entre esses meios, criando ricas interfaces de comunicação” (LUZ, 2010, p. 17). Nesse meio tempo, o computador pessoal se torna acessível e entra no mercado de *videogames*, com sua tecnologia e equipamentos, trazendo maior qualidade visual. Seu público é mais adulto e seus jogos inovadores, trazendo jogos em primeira pessoa² e, logo em seguida, jogos *multiplayer*³. Com a popularização da Internet surgem os jogos *online* compartilhados em rede, configurando universos virtuais em que milhares de usuários, do mundo todo, podem jogar simultaneamente.

Enfim, como vem sendo percebido, os jogos digitais representam um campo que vem crescendo muito nos últimos anos. A necessidade de inovação está abrindo portas para a atuação de designers na área, que cada vez mais participam de equipes de produção e se tornam os principais responsáveis pelo futuro dos jogos. Esses profissionais são responsáveis por desenvolver atrativos e conquistar novos jogadores, assim como manter os já existentes. Segundo Miguel (2009), o Brasil está se transformando em uma grande referência mercadológica em computação gráfica e *games*.

O jogo *Ragnarok Online*, o qual será utilizado como fonte desta análise, é um jogo *online*, de origem coreana. Como explicado no site oficial: é um MMORPG – *Massive Multiplayer Online Role-Playing Game* – que no Brasil é representado e distribuído pela empresa Level Up!. *Ragnarok* é baseado no mangá coreano de mesmo nome criado por Lee Myoung Jin. MMORPG é o termo em inglês para “Jogo de Interpretação de

¹ Também chamados nesse trabalho de jogos, *games* e *videogames*.

² Gênero no qual o usuário joga através da visão do personagem. Este e mais outros termos se encontram no glossário localizado na página 63.

³ Jogos para múltiplos usuários, em que vários usuários jogam ao mesmo tempo.

Personagem *Online* para Múltiplos Jogadores”, um mundo virtual no qual o usuário pode interagir com milhares de jogadores em tempo real. O jogo utiliza muitos elementos do RPG⁴, como a evolução do personagem e a necessidade de superar certos desafios, mas sem ter propriamente um fim. Nele existe uma infinidade de itens que além de possibilitar a personalização, podem ainda deixar o personagem mais poderoso.

Certos jogos digitais disponibilizam itens que fazem parte do figurino do personagem, além de melhorar as habilidades do personagem tais itens possuem também uma função estética, ajudando a projetar características do jogador em seu avatar⁵. São acessórios conquistados de formas diversas dentro do jogo, no caso do *Ragnarok Online* a importância desses itens é enfatizada, pois como o figurino de cada classe é padronizado, são os itens que possibilitam a diferenciação visual entre os personagens. Os equipamentos que permitem esta personalização visual no jogo são os direcionados para a cabeça, sejam eles de topo (chapéus), meio (orelhas ou olhos), ou baixo (boca). Ao longo desse trabalho irá ser mostrada e explicada a importância desses acessórios.

Para produzir um jogo é necessária uma equipe com profissionais qualificados de várias áreas, “uma equipe de produção básica tem diretor de projeto, diretor de arte, modelador de mapas, modelador de objetos, artista 2D, programador, músico, sonoplasta, roteirista, assessor jurídico, assessor contábil, profissional de marketing e produtor” (ASSIS, 2007, p. 60). Sendo que o designer pode ser atuante na identidade visual, *storyboards*, design de personagens, ilustração, cenário virtual, objetos e itens, dentre várias áreas de atuação.

Cada jogo tem seu padrão visual, seja no cenário, nos personagens ou nos itens utilizados por eles, o que em alguns casos é determinante na escolha de um público, desde os altamente realistas e com tecnologias inovadoras em três

⁴ Sigla de *Role-Playing Game*, pode ser traduzido como “Jogo de Interpretação de Personagens”. É um jogo de narrativa no qual os participantes criam uma história que é desenvolvida conforme ação dos personagens.

⁵ Figura gráfica que representa o jogador.

dimensões, aos que lembram animação japonesa, mais envolventes, em duas dimensões⁶. Perucia (2009) destaca que é durante a fase de desenvolvimento dos *games* que os artistas começam a trabalhar na concepção de personagens e na identidade visual do jogo.

Nos jogos *online*, cada jogador é representado por um personagem em 2D ou 3D, com certas características visuais, escolhidas durante a sua criação como gêneros, atributos, classes e profissões distintas, possibilitando a criação do personagem diferenciado, tanto em aspectos visuais quanto em atributos. O mundo virtual de *Ragnarok Online* é um exemplo quando se trata de acessórios de personalização de jogos *online* e destaca-se entre os demais pela ampla gama de opções de acessórios voltados para personalização, pois o jogo está em constante expansão, realizada através de atualizações periódicas, trazendo novos mapas, aventuras, NPCs⁷, equipamentos e portanto novos tipos de personalização para os personagens.

Hoje em dia, a personalização vem se tornando um atrativo muito importante para obter novos jogadores. Alguns jogos possibilitam tamanha personalização visual nos personagens que o avatar, figura gráfica que representa o jogador, fica parecido com seu criador, nestes casos “o herói do jogo é manipulado e criado pelo próprio jogador, tornando-se um simulacro do eu, do sujeito” (FARIA, 2009, p. 101). Outros ainda possibilitam diferentes tipos de personalização, desde os mais simples aos mais complexos. Muitas pessoas estão escolhendo somente jogos em que existe a possibilidade de algum tipo de personalização do seu personagem. Em sistemas de personalização menos avançados até mesmo pessoas que não tem esse costume ou até paciência para isso, tentam customizar seus personagens. No fim, o que parece realmente importar é a diversão ao criar um personagem, projetando parte de sua personalidade através de itens diversos. Essa grande quantidade de itens ofertada no jogo, cada um com suas características próprias e seus

⁶ Duas dimensões e três dimensões tem como sigla 2D e 3D respectivamente.

⁷ Sigla de "Non-Playable Character", traduzindo "Personagem Não-Jogador", comum nos jogos de RPG.

personagens no jogo, atraindo muitas pessoas para o mundo dos jogos digitais. Conforme Assis (2007), a cada dia vemos novos jogos exigindo mais e mais dos seus criadores, dos jogadores, dos dispositivos e das interfaces.

Partindo do problema de pesquisa “Como funciona a personalização visual do figurino nos personagens do jogo *Ragnarok Online*?” foram determinados os objetivos, tanto o geral quanto os específicos, desse trabalho. O objetivo geral consiste em mostrar a importância dos itens de personalização e a criação de novos equipamentos que possibilitem a diferenciação visual dos personagens no jogo *Ragnarok Online*. Os objetivos específicos são: pesquisar e conceituar jogo digital e MMORPG; aprender a função do designer de personagens e estudar elementos de figurino enfatizando os acessórios, percebendo através destes a importância da personalização visual dos personagens nos jogos e por fim, analisar e exemplificar itens de personalização disponibilizados no jogo *Ragnarok Online*.

Será utilizada nesse trabalho uma pesquisa qualitativa de caráter bibliográfico e documental, com utilização da técnica de análise de conteúdo dos acessórios do jogo digital *Ragnarok Online*. Para o desenvolvimento prático será utilizada a metodologia projetual de Bruno Munari (1998), que é constituída das seguintes fases: problema, definição do problema, componente do problema, coleta de dados, análise de dados e criatividade, materiais e tecnologia, experimentação, modelo, verificação, desenho de construção e solução.

A metodologia projetual proposta colabora com a solução de problemas projetuais, pois faz um estudo do problema coletando e analisando os dados, para depois passar para a fase criativa e por fim a fase conclusiva da solução. Sendo assim, o presente trabalho será apresentado da seguinte forma: o primeiro capítulo vai explicar o que é *Ragnarok Online* apresentando o funcionamento do jogo, dando um enfoque nos itens de personalização utilizados pelos usuários em seus personagens. No segundo capítulo irá ser abordado o tema Jogos Digitais e Design Gráfico, conceituando e abordando um pouco de sua história, e assim relacionar o tema proposto com o Design Gráfico. Já no terceiro capítulo será abordado o Design de Personagens e seu funcionamento, onde será explicado o que é o figurino, enfatizando nos acessórios dos personagens. Por fim, o quarto capítulo onde serão analisados e conceituados alguns itens de personalização demonstrando a prática e como se dará a criação e conceituação de novos itens de personalização do jogo *Ragnarok Online*.

Ragnarok Online é um MMORPG desenvolvido pela empresa coreana Gravity, lançado em 11 de novembro de 2001. O jogo contém um imponente mundo virtual e um pano de fundo histórico baseado no *manhwa*⁸ Ragnarok do designer coreano Lee Myoung Jin, uma combinação de fantasia medieval com mitologia nórdica em uma terra fantástica chamada Rune-midgard. Lee trabalhou juntamente com a empresa na criação do jogo e até hoje continua a expandir seu grandioso cenário. Seu sucesso atravessou oceanos e alcançou seis continentes, tornando-se o primeiro RPG *online* importado a desembarcar no Brasil com tradução oficial para a língua portuguesa, e a operar em servidores nacionais. O jogo possui uma interface diferenciada, misturando personagens em 2D com cenários e efeitos em 3D (Fig. 1), e destaca-se por possuir uma mitologia própria, alcançada através da mistura de mitologias e crenças já existentes em diversos países, com a predominância da mitologia nórdica. A estimativa, segundo a própria empresa em seu site, é que atualmente “existem mais de 40 milhões de titulares de contas de Ragnarok Online no mundo”⁹.

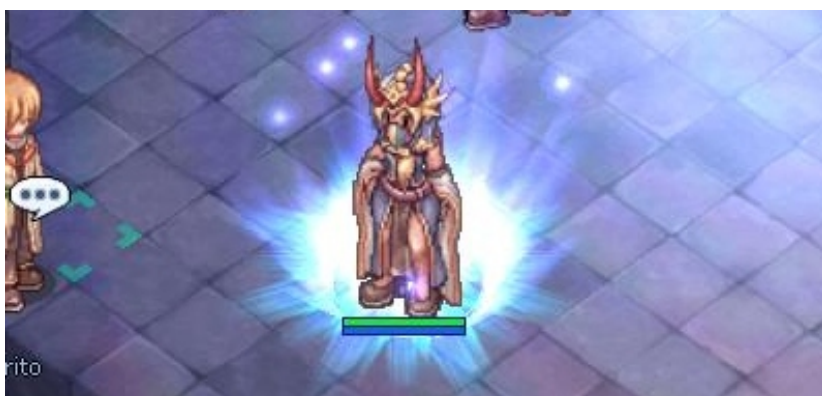


Figura 1: Personagem 2D com efeito 3D, aura do nível 99.

Fonte: Acervo pessoal /*screenshots* do jogo.

O jogo, assim como muitos outros RPGs *online*, mistura doses de desenvolvimento de personagem e interação com uma comunidade. Jogadores ganham experiência derrotando os diferentes monstros do mundo de Rune-Midgard (Fig. 2), podendo usar os pontos ganhos para aprender novas habilidades, mudar de profissão e com os itens adquiridos,

⁸ Como é chamado o mangá coreano.

⁹ Tradução minha. No original: “There are over 40 million Ragnarok Online account holders in the world”. Disponível em: <http://www.gravity.co.kr>. Acesso em: 20 de out. de 2011.

após a derrota do oponente, podem colecionar equipamentos raros que aumentam o poder do seu avatar, além de mudar sua aparência. A idéia é permitir que cada personagem seja personalizado através da utilização desses itens, e também recompensar os jogadores pelo seu esforço.



Figura 2: Personagem evoluindo após derrotar um monstro.

Fonte: Acervo pessoal /screenshots do jogo.

A grande maioria dos personagens com os quais o jogador interage também são controlados por outros usuários, tornando o jogo completamente imprevisível e extremamente dinâmico. Além disso, *Ragnarok Online* é um jogo de interpretação, como todo RPG, o que proporciona uma maior liberdade na criação e desenvolvimento do personagem, que acaba se ajustando ao gosto do jogador.

1.1 - História

A história do jogo e vários dos seus itens e equipamentos, entre outros, se baseia em uma lenda da mitologia nórdica que prevê o fim para seus deuses, seu nome é *Ragnarok*, podendo ser traduzido como “Crepúsculo dos Deuses”: “uma última batalha épica entre os Aesir, os deuses que residem em Asgard¹⁰, encabeçados por Odin¹¹; e os Gigantes de Gelo, liderados por Loki¹², o deus das traições e um antigo Aesir”¹³.

¹⁰ Segundo a mitologia nórdica é a morada dos deuses.

¹¹ Considerado o pai dos deuses na mitologia nórdica.

¹² Deus da trapaça e da travessura na mitologia nórdica.

¹³ Disponível em: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>. Acesso em: 16 de jun. 2011.

De acordo com o mito, a rivalidade entre esses dois grupos vem desde o início dos tempos. Ao longo de sua existência os Aesir conseguem prender alguns Gigantes e o próprio Loki, que é condenado a ser torturado durante toda a eternidade. Influenciada pelas mentiras de Loki, “Rune-Midgard, que é o mundo dos homens, começa a sofrer grandes males, precedidos por um grande e rigoroso inverno e pelo começo de batalhas e caos”¹⁴. O sol e a lua são devorados pelos dois lobos míticos que vivem em sua perseguição no céu provocando um grande terremoto, com isso vários seres são soltos, dentre eles Loki e seu filho Fenrir, um lobo gigante e monstruoso, que de tão temido pelos Aesir, foi aprisionado por toda a eternidade. Outro filho de Loki também desperta com o terremoto, Jormungand a serpente de Midgard, volta das profundezas dos mares para contaminar o céu e a terra com seu veneno. Com todos os monstros em liberdade é desencadeado o Ragnarok. Alertados, os Aesir se reúnem aos Einherjar, guerreiros mortos, recolhidos nos campos de batalha pelas Valquírias¹⁵ de Odin, e aos Vanas, espíritos naturais, e todos rumam juntos para a batalha final.

A grande batalha acontece, tendo de um lado os Aesir, Vanas e Einherjar, e do outro Gigantes de Gelo, Loki e seus filhos Fenrir, Jormungand e Hela¹⁶ com seu exército de mortos. Assim se dá o fim dos deuses e dos Gigantes, Odin é morto por Fenrir, que é ferido mortalmente no confronto; Thor¹⁷, filho de Odin, mata Jormungand, mas é envenenado e acaba morrendo; Loki também morre em meio aos duelos. Após o céu é devorado pela escuridão e as estrelas caem em Midgard, que é consumida pelo fogo e tragada pelo mar. Poucos dos poderosos e antigos Aesir sobrevivem, e das ruínas um novo Sol irá surgir e uma nova terra vai se erguer dos mares, por fim “Lif e Lifthrasir, os dois únicos humanos sobreviventes, repovoarão o mundo, agora livre de seus males, num tempo de harmonia entre deuses e homens”¹⁸.

A lenda inicial do jogo se situa em um período anterior ao próprio Ragnarok. Ela conta que Midgard não conheceu a paz

¹⁴ Disponível em: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>. Acesso em: 16 de jun. 2011.

¹⁵ Mulheres belas e jovens servas de Odin, que montadas em seus cavalos alados sobrevoavam os campos de batalha em busca de bravos guerreiros.

¹⁶ Filha de Loki, irmã de Fenrir e Jormungand, deusa do mundo dos mortos.

¹⁷ Deus dos céus, filho de Odin, de acordo com a mitologia nórdica.

¹⁸ Disponível em: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>. Acesso em: 16 de jun. 2011.

durante muito tempo após sua criação. Era uma constante batalha entre humanos e monstros. Foi nessa era que surgiram outras lendas como a de Fenrir, Thor e Mjolnir¹⁹ entre outras. Mas uma considerada para eles a mais importante: “A Lenda de Jormungand”. A lenda da grande serpente que castigava os humanos impiedosamente. A cada ataque dela mais corpos eram queimados em fogueiras e mais famílias choravam. Jormungand era invencível, um monstro de imenso poder. Até que então se ergueram sete heróis, liderados por Tristão Gaebolg I, em uma batalha com estratégias jamais vistas. Os sete conseguiram forçar a serpente a sair de Midgard e retornar ao seu lugar de direito. Finalmente “uma trégua foi feita entre deuses, humanos e monstros. Onde antes habitava a serpente, criou-se um reino, batizado pelos sete heróis de Rune-Midgard”²⁰.

No jogo a lenda nórdica é adaptada com o objetivo de suportar heróis criados para o cenário, como o herói Tristão Gaebolg I e os seis guerreiros (referência às seis classes de personagem iniciais do jogo: espadachim, mago, gatuno, noviço, arqueiro e mercador), que são responsáveis pelo surgimento de Rune-Midgard. Além desse herói, estão seus descendentes (entre eles o atual rei Tristan III) e muitos outros, bem como histórias que surgem e/ou continuam através dos novos episódios.

1.2 - Como jogar

Ragnarok Online possui uma mecânica extremamente simples e acessível, permitindo que pessoas de todas as idades possam jogar sem problemas (no Brasil a classificação indicativa é para maiores de 12 anos). O primeiro passo para começar a jogar é a criação do personagem escolhendo um nome, a cor, o estilo do seu cabelo e ajustar os atributos iniciais. Para isso, conhecer um pouco mais as funções de cada atributo pode ser muito importante na definição da classe que o personagem seguirá futuramente. Sempre que ganhar experiência, derrotando monstros ou finalizando *quests*²¹, e

¹⁹ Martelo do deus Thor, artefato mágico da mitologia nórdica.

²⁰ Disponível em: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>. Acesso em: 16 de jun. 2011.

²¹ Missões que, quando cumpridas, dão ao jogador recompensas especiais.

com isso evoluir de nível, existe a possibilidade de melhorar esses atributos. É possível alterar a aparência, personalizando seu avatar, utilizando equipamentos para a cabeça (topo, meio, baixo). Os trajes variam dependendo de sua classe e podem ter sua cor alterada, já o sexo do personagem é determinado no momento em que o usuário cria a conta no site do jogo. Além de participar de combates e aventuras, o jogador pode até mesmo casar (Fig. 3), adotar alguém ou ter um bichinho de estimação, um grande atrativo para milhares de jogadoras do sexo feminino. *Ragnarok* ainda conta com uma infinidade de monstros e itens que movimentam sua economia, além de uma moeda própria, o Zeny. Esta grande variedade de possibilidades “contribui para tornar a atmosfera do jogo ainda mais desafiadora e complexa”²².

²² Disponível em: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>. Acesso em: 16 de jun. 2011.



Figura 3: Personagens recém casados.

Fonte: Acervo pessoal /*screenshots* do jogo.

Rune-Midgard possui uma economia extremamente dinâmica e um sistema de comércio desenvolvido, existindo uma classe especializada no assunto, os mercadores e suas evoluções. Esta economia é alimentada pela moeda local, o Zeny, com ela é possível comprar armas, equipamentos e itens poderosos, ou itens somente para fins estéticos. Esses itens podem ser adquiridos tanto de outros jogadores, através de trocas diretas ou comércios abertos através de habilidades exclusivas de certas classes (Fig. 4), quanto de NPCs, que são importantes em Rune-Midgard, pois além de fornecerem serviços e informações aos jogadores, são responsáveis por algumas *quests*. Além do Zeny existem os ROPS – *Ragnarok Online*

Points – que é uma moeda adquirida somente através de créditos comprados *online* ou em pontos de venda físicos, que possibilitam a compra de itens exclusivos, diferenciados e algumas vezes mais fortes.



Figura 4: Comércios abertos pela habilidade de classe.

Fonte: Acervo pessoal /screenshots do jogo.

O jogo permite um elevado grau de interação entre os jogadores do servidor, uma característica marcante, viabilizando a criação de grupos e clãs²³ com um objetivo em comum, tornando a aventura mais divertida e emocionante, podendo participar de eventos em grupo, como a “Guerra do Emperium”²⁴, onde clãs se enfrentam na tentativa de conquistar castelos, e com isso, mais poder dentro do jogo. O clã “é praticamente um personagem de responsabilidade de todos. Com o devido cuidado, ele pode evoluir, se expandir e até mesmo ganhar habilidades que afetarão exclusivamente seus membros!”²⁵. Esse evento ocorre duas vezes na semana dentro do jogo, possuindo duas horas de duração e é exclusivo para clãs. Estes podem defender ou atacar um castelo, chegando a “Sala do Emperium” e destruí-lo, garantindo assim o domínio da fortaleza. É sem dúvida o evento mais popular do jogo no Brasil, e levado a sério pela maioria dos clãs participantes assíduos que levantam milhões de Zenys somente com esse objetivo.

Esporadicamente a Level Up! cria pequenos eventos dentro do jogo, tais como caça ao tesouro, desafios, lutas entre

²³ Grupo de jogadores unidos em uma instituição para manterem contato e evoluir juntos, sob um mesmo emblema que identifica seus participantes facilitando sua identificação.

²⁴ Pedra dourada, que representa o coração do castelo.

²⁵ Disponível em: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>. Acesso em: 16 de jun. 2011.

jogadores, dentre outros, para aproximar e estimular a interação entre os usuários. Além disso, o jogo também recebe a cada semana novos itens através de atualizações e com um intervalo maior de tempo inclui novos mapas, classes e monstros através de expansões, chamadas de episódios. Dentre essas novidades está o conteúdo feito especialmente e exclusivamente para a edição brasileira, que teve um episódio inteiro (Brasilis) dedicado ao país.

A interface de comandos básico no jogo Ragnarok Online é formada por várias janelas, exibindo uma série de informações, cada uma com sua função, as principais são:



Figura 5: Janela de Informações básicas.

Fonte: Acervo pessoal /screenshots do jogo.

Informações básicas: é a principal janela do jogo. Exibe o nome, a quantidade de energia (HP²⁶), magia (SP²⁷), nível de base (responsável por aumentar os atributos), nível de classe (responsável pelas habilidades), peso (capacidade de carga) e Zeny (moeda corrente do jogo, quantia disponível para uso) do personagem, além de atalhos para as janelas de informações, habilidade, itens, mapa, *chat* do grupo e do clã, *quest*, opções (configurações do jogo) e reserva. Sua localização inicial sempre será no canto esquerdo superior da tela de visualização do jogo, podendo ser alterada posteriormente de acordo com a preferência do jogador.

²⁶ Health Point, tradução “ponto de vida”.

²⁷ Mana Point, tradução “ponto de magia”.



Figura 6: Janela de Inventário.

Fonte: Acervo pessoal /screenshots do jogo.

Inventário: onde são visualizados os itens carregados pelo personagem. Eles são distribuídos em três diferentes abas: itens (consumíveis), equipamentos e etc (itens diversos, geralmente que caem de monstros derrotados).



Figura 7: Janela de Equipamento.

Fonte: Acervo pessoal /screenshots do jogo.

Equipamento: onde são exibidos os itens que o personagem está equipando no momento.



Figura 8: Janela do Mini Mapa.

Fonte: Acervo pessoal /screenshots do jogo.

Mini Mapa: ajuda a visualizar a posição do personagem, indicado por uma seta branca. Membros de um mesmo grupo ou clã que estiverem no mesmo mapa são destacados com símbolos coloridos nesta janela.



Figura 9: Janela do Mapa Mundi.

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>.

Mapa Mundi: mapa geral do continente de Rune-Midgard, o qual os jogadores podem acessar a qualquer momento dentro do jogo. Através dele é possível visualizar todos os reinos, cidades e regiões, permitindo também aos jogadores se localizarem no mapa. Ao passar o *mouse* sobre um certo ponto do mapa, este é ampliado mostrando também seu nome. Suas principais cidades são: a grande capital Prontera e sua cidade satélite Izlude, Alberta, Payon, Morroc, Geffen e Al De Baran. Muitas outras cidades e regiões surgiram e irão surgir com novos episódios, dentre elas a cidade Brasilis, com a arquitetura e lendas do país.

1.3 - Personagens

Todo jogador começa a aventura como um Aprendiz, e ao chegar ao nível 10 de classe poderá escolher sua primeira profissão (classe inicial ou expandida), dentre elas: Espadachim, Mago, Gatuno, Noviço, Arqueiro, Mercador, Taekwon, Justiceiro e Ninja, ou ainda permanecer Aprendiz até o nível 45 de base e se tornar um Super Aprendiz. Ao longo do jogo, durante a evolução do personagem, até alcançar o nível 40 de classe (podendo estender até 50 e ganhar um item melhor pelo desempenho), o personagem poderá escolher uma segunda classe dependendo

da profissão escolhida anteriormente. Após essa escolha, ao atingir o nível 99 de base desta segunda classe, o personagem pode optar por uma terceira classe ou pelo renascimento, virando uma transclasse, recomeçando o jogo desta vez como Aprendiz T (T significa Transcendental), terceira classe. Essa terceira classe pode evoluir até o nível 150, atualmente o mais alto do jogo. Algumas classes não possuem uma segunda classe e outras não podem transcender.

CLASSES BÁSICAS						
Aprendiz			Super Aprendiz			
CLASSES EXPANDIDAS						
Justiceiro			Ninja			
CLASSES 1-1						
Espadachim	Mago	Mercador	Gatuno	Noviço	Arqueiro	Taekwon
CLASSES 2-1						
Cavaleiro	Bruxo	Ferreiro	Mercenário	Sacerdote	Caçador	Mestre Taekwon
CLASSES 2-2						
Templário	Sábio	Alquimista	Arruaceiro	Monge	Bardo	Odalisca
TRANSCLASSES 2-1						
Lorde	Arquimago	Mestre-Ferreiro	Algoz	Sumo-Sacerdote	Atirador de Elite	
TRANSCLASSES 2-2						
Paladino	Professor	Criador	Desordeiro	Mestre	Menestrel	Cigana
CLASSES 3-1						
Cavaleiro Rúnico	Arcano	Mecânico	Sicário	Arquibispo	Sentinela	
CLASSES 3-2						
Guardião Real	Feiticeiro	Bioquímico	Renegado	Shura	Trovador	Musa

Tabela 1: Classes de personagens.

Fonte: A autora.

A seguir uma breve descrição de cada uma das classes iniciais disponíveis no jogo, onde o figurino auxilia na identificação visual da profissão que o jogador optar:

Aprendiz: é a classe básica do jogo e auxilia na formação dos jogadores (Fig. 10).

Super Aprendiz: é a profissão avançada de aprendiz. Não é permitido evoluir para outras classes, mas pode aprender suas habilidades (Fig. 11).

Espadachim: considerada a classe mais popular do jogo e mais fácil de evoluir, comparada as outras profissões. Seus pontos fortes são seus ataques físicos e sua defesa (Fig. 12).

Mago: pode utilizar diferentes elementos para causar danos aos oponentes. Utiliza habilidades de ataque elementais e de longo alcance (Fig. 13).



Figura 10, 11, 12 e 13: Aprendizes, SuperAprendizes, Espadachins e Magos.

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>.

Gatuno: conhecido por seus ataques rápidos e por sua alta capacidade de esquiva (Fig. 14).

Noviço: são os assistentes religiosos e suas habilidades podem curar e fortalecer seus companheiros (Fig. 15).

Arqueiro: como não possuem vantagem em combates corporais, devido a sua pouca defesa, são personagens que atacam a distância (Fig. 16).



Figura 14, 15, 16 e 17: Gatunos, Noviços, Arqueiros e Mercadores.

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>.

Mercador: é o personagem que praticamente todos os jogadores tem em sua conta. Podem comprar de NPCs por preços mais baixos do mercado. Podem usar carrinhos que funcionam como um segundo inventário e podem criar sua própria loja (Fig. 17).

Taekwon: praticantes de artes marciais, mais precisamente o Taekwondo. São especializados em usar diferentes tipos de chutes (Fig. 18).

Justiceiro: são os heróis do velho oeste, a classe mais diferente das outras por utilizar uma série de armas de fogo (Fig. 19).

Ninja: dominam a arte de atacar sem serem vistos, utilizam sua rapidez como sua principal arma. Podem atacar à distância e utilizar magias (Fig. 20).



Figura 18, 19 e 20: Taekwons, Justiceiros e Ninjas

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>.

Rune-Midgard também é o lar de vários monstros, uns mais fortes outros nem tanto. A criatividade na criação desses vilões é outro ponto marcante do jogo, eles podem ser caçados para ganhar experiência e, ao mesmo tempo, oferecem itens que são vendidos para se conseguir dinheiro. Dentro do jogo existe uma classificação dos monstros entre comum, mini chefes e chefes, mais conhecidos entre os jogadores como MVPs²⁸, os monstros mais disputados do jogo. Quanto maior a classificação, mais difícil é o desafio, e maior os prêmios pela sua vitória.

A seguir exemplos de monstros separados por classificação e o pequeno monstrinho rosa, o Poring, mascote do jogo e

²⁸ Sigla de “Master Versus Player”, traduzindo “Mestre Contra Jogador”, os chefes do jogo.



Figura 21: Poring, Drops, Poporing, Marin, Angeling e Archangeling (Monstros comuns).

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>



Figura 22: Monstros comuns, Deviruchi, Succubus, Loli Ruri e Aparição respectivamente

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>



Figura 23: Mini chefes, Lady Solace, Alice, Jirtas e Cavaleiro Sanguinário respectivamente.

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>.

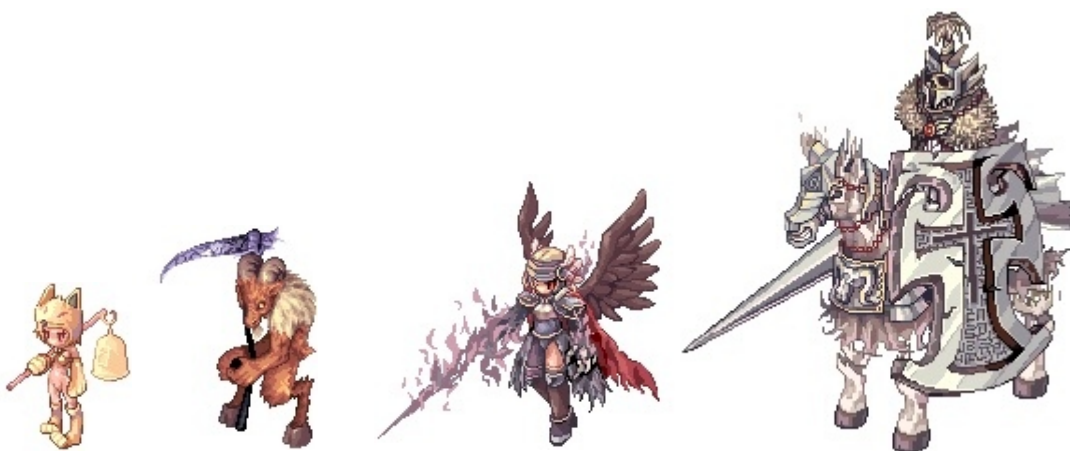


Figura 24: Chefes, Flor do Luar, Bafomé, Valquíria e Senhor da Morte respectivamente.

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>.

1.4 - Equipamentos

Os equipamentos são divididos por categorias: corpo, capa, sapatos, mão (direita e esquerda), acessório (direito e esquerdo) e cabeça (topo, meio, baixo).

No jogo são os itens de cabeça que ao serem equipados alteram o visual do personagem. Os famosos *hats*²⁹ do jogo viraram uma verdadeira febre entre os jogadores, principalmente entre o público feminino, que chegam a gastar muito dinheiro (Zeny ou ROPS) para conseguir os mais raros, muitas vezes com finalidade meramente estética, colecionando-os e acabando por ficar sem espaço para guardar tantos chapéus.

Esse interesse se dá porque alguns desses itens são visualmente mais interessantes que os outros, fazendo com que sejam colecionados devido ao seu design ou por serem itens raros e limitados. Outros se identificam com eles por simbolizarem características que o jogador busca em seu personagem. Os itens de cabeça também proporcionam a possibilidade do jogador projetar sua personalidade dentro do jogo, através de seu personagem. Baseado nesses criativos itens de personalização visual que se dará a parte prática desse trabalho. O objetivo é criar novos chapéus e alguns outros itens que serão parte integrante de um novo conjunto de equipamentos, referenciados em figuras da mitologia nórdica, mais precisamente da lenda de *Ragnarok*.

Alguns *hats* do jogo podem ser divididos em categorias de acordo com sua aparência. Existem os chapéus fofos, ou *kawaii*³⁰ (termo mais utilizado entre os jogadores), estes tem cores mais femininas e geralmente tem forma de laços, tiaras e bichinhos. Os sombrios tem cores mais escuras e nota-se a utilização do roxo em sua maioria, tem formas mais agressivas ou assustadoras. Por fim os limitados, disponíveis somente em alguns eventos, possuindo cores e formas diversas.

²⁹ Chapéus em inglês, forma de se referir aos chapéus mais utilizada entre os jogadores.

³⁰ A palavra *kawaii*, é uma palavra em japonês que significa "fofo". Ela é geralmente usada para definir personagens de animes. Disponível em: <http://www.dicionarioinformal.com.br/kawaii/>, acesso em 10 de Nov. 2011.



Figura 25: Conjunto de chapéus considerados fofos.

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>.



Figura 26: Conjunto de chapéus considerados sombrios.

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>.



Figura 27: Conjunto de chapéus limitados.

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>.



Desde seu surgimento, os jogos digitais vêm ganhando espaço dentro da cultura popular, principalmente entre os adultos e estabilizando-se como nova mídia, com isso exigindo mais dos profissionais da área. O que antes era tido como um mero brinquedo hoje tornou-se objeto apto de estudos acadêmicos, inclusive alcançando status de nova forma de arte. Um dos seus aspectos fundamentais é o design, que vai auxiliar na procura por soluções mais arrojadas, valorizando e enriquecendo o produto, favorecendo assim a criação de certa empatia com o público-alvo. Os *games* “são considerados uma das mais expressivas práticas de entretenimento do século 21. Cada vez mais populares os jogos têm conquistado públicos de todos os gêneros e idades, criando novos desafios para os profissionais da área” (PERUCIA, 2007, p. 321).

Os primeiros *videogames*³¹ foram projetados por programadores e voltados para programadores. Segundo Assis (2007), a introdução de profissionais de arte é um fenômeno tardio, pois até o final da década de 80 e início da década de 90 os videogames eram predominantemente compostos por códigos, e sua linguagem gráfica era inspirada nos meios de entretenimento da época. O que também contribuiu para a entrada tardia desse tipo de profissional foi o fato de que os *games* dependiam, e dependem até hoje de tecnologia. A tecnologia na época era muito escassa e não possibilitava grandes melhorias, por conta disso as soluções estéticas eram ditadas pelas limitações técnicas, ficando “a cargo do designer encarar as limitações e ser capaz de criar uma idéia irresistível para um game” (SCHUYTEMA, 2011, p. 74). Essas limitações contribuíram muito na criação de soluções tecnológicas para atender exclusivamente essa demanda dos jogos digitais.

A evolução técnica, abriu a porta para os profissionais ditos “de conteúdo” [...] e a presença deles permitiu que os videogames pudessem começar a ter

³¹ “Videogame é um software informático que reproduz em uma interface um jogo cujas regras foram previamente programadas” (LEVIS apud FARIA, 2009, p.98).



pretensões realmente imersivas e narrativas, pois já não era preciso, a partir de 1992, limitar-se a ambientes altamente estilizados em 2D (ASSIS, 2007, p. 64).

Nesse período, como afirma Luz (2010), o *videogame* atinge sua maturidade e também deixa de ser considerado um brinquedo infantil. A melhoria dos recursos gráficos permitiu a criação de jogos mais elaborados, fazendo com que seu público comece a se ampliar. Pesquisas confirmam que “o consumidor de vídeo game tem mais de 18 anos de idade em 61% das vendas, o que cristaliza o vídeo game como fenômeno cultural adulto por excelência” (LUZ, 2010, p.18-19). Na mesma época, o computador pessoal começa a ser tornar popular, lançando produtos mais atrativos. Além de multifuncional, sua tecnologia e capacidade multimídia são consideradas ideais para jogos digitais, comportando *games* já existentes em consoles³² e versões exclusivas, competindo assim com as grandes empresas de videogames e se firmando ainda mais no mercado adulto. Com isso, “os computadores se estabeleceram como um universo paralelo [...] sem medo de oferecer jogos mais adultos, *multiplayers* e com a possibilidade de se jogar em rede” (LUZ, 2010, p.62). Recentemente vieram os jogos para celulares e outros dispositivos móveis, como exemplo os *tablets*³³, o que faz exigir mais dos profissionais da área.

O vídeo game está estabelecido como mídia e como fenômeno sociocultural. Por trás dele existe hoje uma indústria tão rica e poderosa quanto à do cinema e as implicações da sua influência fazem parte do nosso dia a dia pelas mídias tradicionais (LUZ, 2010, p.18).

Hoje, a área dos jogos digitais é uma das áreas bastante procuradas por designers, ilustradores e também pelo mercado que vem investindo milhões de dólares todos os anos na criação de novos personagens e jogos, superando muitas

³² Dispositivos eletrônicos que devem ser conectados à televisão capazes de processar jogos digitais.

³³ Tecnologia móvel pessoal em formato de prancheta (*tablet*) capaz de acessar a internet, ter função de agenda, álbum fotográfico, plataforma de *games* entre outras funções.

vezes a indústria do cinema. Percebe-se também o visível aumento de anúncios publicitários dentro dos games, principalmente em jogos *online*, em que são realizados eventos promovendo produtos e serviços. O Brasil vem acompanhando esse crescimento na área e já é considerado “um pólo mundial de produção e exportação de profissionais tecnológicos e criativos” (MIGUEL, 2009, p. 11).

Assim, como uma superprodução de cinema, atualmente a criação de um *game* necessita de uma grande equipe de especialistas, multidisciplinar, incluindo profissionais de várias áreas do conhecimento, desde programadores, passando por roteiristas, alcançando o design gráfico. Essa equipe pode variar muito de uma empresa para outra, mas “certos papéis geralmente são universais, e uma equipe de desenvolvimento típica inclui: gerentes, produtores, artistas, programadores, testadores e designers” (SCHUYTEMA, 2011, p. 13). A produção de um jogo digital passa por várias etapas, geralmente existem três momentos bem definidos, a pré-produção, a produção e a pós-produção. No primeiro momento, de pré-produção, é criado o conceito do jogo e após isso são realizadas uma série de reuniões, bem como a análise de jogos concorrentes, e muito *brainstorming*³⁴. O papel do designer nesse momento é ajudar a desenvolver esse conceito. Na próxima etapa, de produção, o *game* é desenvolvido baseado nessas informações, os designers partem para o processo de criação dos personagens, itens, cenários, ou seja, toda a identidade visual do jogo, “esses componentes do *game* são frequentemente criados por designers (muitos games possuem designers especializados que fazem isso como tarefa principal)” (SCHUYTEMA, 2011, p. 29). Por último, na pós-produção, o designer pode ser incluído para desenvolver pacotes de extensão e conteúdo adicional.

Os *games* atingiram também o título de arte, como afirma Bobany (2008), carregando em sua linguagem elementos do cinema, da animação e das histórias em quadrinhos. Todos

³⁴ Traduzindo, tempestade de idéias, é o “processo de tentar forçar a criação de associações criativas durante um período específico” (SCHUYTEMA, 2010, p. 80).

todos eles contêm uma narrativa sequencial da qual fazem parte história e imagens que complementam um quadro, utilizando sobreposição, sincronismo, referências de ângulo, corte e temporalidade em suas cenas, sendo assim uma arte híbrida. A indústria do cinema “também era (como o vídeo game) uma mídia dependente de uma nova tecnologia e só conquistou grau de arte após muitos anos” (LUZ, 2010, p.19). Aspectos fundamentais na criação de jogos digitais definem essa nova classificação, a criação dos personagens e toda sua complexidade. A liberdade criativa que os jogos de ficção possibilitam com seus “vilões”, muitas vezes seres mitológicos, permitem aos designers elaborar personagens fantásticos e complexos, influenciando diretamente no cenário e seus pequenos detalhes. Até mesmo a própria interatividade e a forma que reagimos com o *game*, dentre outras coisas, são “o passaporte mais rápido e direto para acessar, conscientemente, outros mundos, outras realidades” (BOBANY, 2008, p.34).

Hoje os jogos envolvem a mente, os sentimentos e até mesmo o corpo do jogador em uma experiência única. Assim, mesmo que de forma inconsciente, percebemos que os jogos, tais como se apresentam hoje, são arte (BOBANY, 2008, p. 174).

Existem diversas plataformas de videogames. Os *arcades*³⁵ populares em shoppings, os portáteis, como o Nintendo DS e o PSP³⁶, os compactos que geralmente possuem um único jogo, como *Tamagotchi*, o monstinho virtual, que foi um grande sucesso no final da década de 90, aparelhos móveis, dentre eles os *tablets*, por fim os computadores e os consoles. Desde o primeiro console lançado até os mais atuais houve uma grande evolução em seu formato e tecnologia, o que acaba influenciando diretamente na jogabilidade³⁷. O primeiro console surgiu quando o engenheiro eletrônico alemão Ralph Baer, empregado da Sanders Associates (EUA), teve a idéia de criar uma máquina que rodasse jogos através da TV (não

³⁵ Console que tem como característica a utilização de fichas ou moedas.

³⁶ Sigla de “PlayStation Portable”, console portátil da Sony.

³⁷ Também chamada de *Gameplay*.

muito cara e de fácil manuseio) cuja única finalidade fosse o entretenimento. Sua idéia, no entanto, foi vetada por seu supervisor na época. No final da década de 60 ele começou o desenvolvimento do que viria a ser o primeiro console para uso caseiro com jogos diversos, inicialmente chamado de *brown box*, caixa marrom, o primeiro console para uso caseiro com jogos diversos, inicialmente chamado de *brown box*, caixa marrom, o primeiro console comercializado. Sua criação “foi licenciada pela Magnavox³⁸ em 1971 e transformou-se no Odyssey. Baer é considerado o pai do vídeo game, pois [...] criou o conceito de vídeo game como mídia de entretenimento na sala de estar” (LUZ, 2010, p. 23).

Antes de Baer, em 1958, William Higinbotham, através de interação com um monitor de vídeo, desenvolveu um jogo de tênis para duas pessoas, porém não havia início, fim ou pontuação. Sua criação despertou um grande fascínio no público pela possibilidade inédita de controlar objetos em uma tela. Muitos contestam seu nome como inventor do vídeo game, pois Higinbotham “não chegou a imaginar qualquer uso comercial de seu invento, tampouco vislumbrou imaginar qualquer uso comercial” (LUZ, 2010, p. 21)

Já nos computadores um grande avanço foi o surgimento dos monitores de vídeo. Os primeiros equipamentos inventados entre a década de 40 e 50 além de ocupar andares inteiros e terem seu uso restrito para universidades ou fins militares, não possuíam monitores. Entre o final da década de 50 e o início de 60 surgiram os primeiros monitores, utilizados como saída de dados para o computador, segundo o autor Luz (2010) seu uso continuava exclusivo, somente duas universidades americanas tinham computadores com monitores de vídeos acoplados. Steve Russel, que estudava em uma dessas universidades, fazia parte de um clube de eletrônica e teve idéia de criar um jogo utilizando esses monitores. Após meses de desenvolvimento surge *Spacewar!*³⁹, “ele é de fato o primeiro jogo de computador, o primeiro software de entretenimento” (LUZ, 2010, p. 23).

³⁸ Grande empresa fabricante de televisões da época.

³⁹ Ainda é possível jogar Spacewar, a partir do site: <http://spacewar.zorg.org>.



Até então (e por muito tempo depois) o computador era enxergado apenas como um processador de números [...]. O Spacewar! foi o primeiro registro de uso de computador com uma interface gráfica simbólica, influenciando inclusive o desenvolvimento das interfaces gráficas [...] (LUZ, 2010, p. 24).

⁴⁰ Softwares que simulam o ambiente de uma plataforma diferente.

⁴¹ Jogadores que passam horas em frente a um jogo.

Atualmente a plataforma mais utilizada é o computador. Com inúmeras possibilidades oferecidas, ele acaba agregando os jogos de *videogame*, através de emuladores⁴⁰, além de oferecer uma variedade de títulos exclusivos que, juntamente com o uso do mouse e do teclado com seu grande número de teclas, proporcionam uma nova experiência de jogabilidade. Apresenta também caráter multifuncional, em que podem ser realizadas diversas atividades, com a característica de um aparelho eletrônico essencial para trabalho, lazer e acesso à internet. Desta forma, não é mais obrigatório o uso do console para acessar os tipos de jogos, pois o computador oferece essa possibilidade, com isso “se tornaram as grandes ameaças, pois, além de servirem de aprendizado para a microinformática e terem outras funções, também eram ótimos como vídeo games” (LUZ, 2010, p.43).

Jogos digitais podem ir desde jogos de tabuleiro, sem precisar adicionar nenhuma novidade, voltados para jogadores casuais, até os mais complexos com exigências de movimentação, compreensão e habilidade, fisicamente impossíveis no mundo real, que atraem jogadores *hardcore*⁴¹. Os gêneros mais conhecidos são: aventura, onde o jogador segue uma história e vai desvendando o cenário atrás de itens; puzzle, que envolvem a lógica e a percepção; de luta, que se definem em torneios de lutadores; simulação, onde se encaixam os jogos de corrida; terror, ambiente tenso envolvendo a sobrevivência; e RPG. Cada jogador tem sua preferência em certos desafios, entre os jogos digitais há uma clara diferenciação, existem jogos mais conceituais e os que envolvem habilidade motora, mas também os híbridos, que nem sempre podem dar certo, misturando gêneros como



estratégia, habilidade manual, diálogo, *puzzles* e história. Em consequência disso, “o jogador passou de apenas gastar tempo a viver uma história de aventura” (ASSIS, 2007, p 13).

Acima de tudo existem os jogos *singleplayer*⁴² e os *multiplayer*. Os jogos para múltiplos usuários tem como objetivo a disputa e/ou cooperação entre seus usuários em um ambiente virtual, fonte de tensão dentro e fora do ambiente do jogo, e são muito populares em computadores. Foram esses jogos que incentivaram o surgimento de LAN Houses⁴³. Com o auxílio da internet, surgem os jogos para múltiplos usuários online, os MMO – *Massively Multiple Online* – dando origem à socialização virtual. Dentro dos jogos MMO existem vários segmentos, entre eles está o MMORPG, reunindo milhares de jogadores em um só ambiente, nos quais se disputam, além das habilidades, itens e acessórios, ícones de poder dentro desses *games* que podem ser transformados em moeda, influenciando na economia do jogo. Além disso, esses jogos costumam “permitir que o jogador entre na ação de diferentes modos, no papel de diferentes personagens, com poderes e/ou conhecimentos específicos” (ASSIS, 2009, p.23).

[...] os *Massive Multiple Online Role Playing Games* (MMORPG – jogos tipo RPG online) são os primeiros mundos virtuais persistentes (24 horas por dia) e [...] palavras 'o primeiro exemplo de experiência individual mediada dentro de uma audiência de massa (cada experiência do jogador é única, não importando o número de jogadores simultâneos)[...] (LUZ, 2010, p.18)

Esses mundos virtuais são a arena na qual se desenvolve o jogo, muitas vezes conduzindo o *gameplay*. Todo esse mundo virtual possui fronteiras mas com os avanços da tecnologia e até a própria internet, games como os MMORPG e seus amplos ambientes começaram a empurrar essas fronteiras, expandindo esse ambiente e tornando-o aparentemente

⁴² Jogos para um único jogador.

⁴³ Casas com redes de computadores, onde os jogadores interagem entre si.

infinito, mantendo o limite praticamente invisível aos olhos dos jogadores. Com isso, se torna parte do desafio do designer e da equipe de desenvolvimento “fazer essas fronteiras parecerem naturais dentro das limitações do jogo, do modo que o jogador sequer pense duas vezes no fato de que ele não pode ir além da 'fronteira' do mundo” (SCHUYTEMA, 2011, p. 278).

Mesmo diante de todos esses aspectos, remetendo ao entretenimento e diversão, existem jogos digitais educativos e eles vem sendo explorados como ferramenta que possibilita uma série de relações entre ensino e aprendizagem. A presença do designer nessa área é de extrema importância, tornando os jogos educativos tão atrativos quanto os comerciais. Essa relação entre os *games* e a educação é tema de muitas pesquisas em diferentes áreas acadêmicas. Muitas vezes vistos como “vilão” e associados a comportamentos violentos e a desmotivação escolar, os jogos digitais podem ser fundamentais nas escolas hoje como atividade lúdica, despertando maior interesse e prendendo a atenção até das crianças mais inquietas. Até no famoso Tetris⁴⁴, um dos *games* mais jogados no mundo, existe relação com o aprendizado, desenvolvendo percepção espacial e raciocínio lógico. O *videogame* “é uma nova mídia que [...] desenvolveu nossa percepção físico-espacial e ampliou a relação dos indivíduos com os meios digitais” (LUZ, 2010, p. 19).

Por tudo isso o vídeo game merece um campo de estudo e precisa ser encarado como ferramenta de comunicação, como mídia, demandando assim uma abordagem particular de estudo[...] (LUZ, 2010, p.19-20).

⁴⁴ Jogo cujo objetivo é encaixar peças, completando linhas horizontais, que são eliminadas.

O design de personagem⁴⁵ trata da concepção visual deste, seja de filmes, livros, desenhos ou *games*. É um dos ramos da ilustração que ainda não é muito popular no Brasil. Aos poucos, essa área do design vem sendo estudada e conhecida. A ilustração é um dos vários campos de atuação do Design Gráfico, ela está constantemente presente em nosso dia-a-dia das mais variadas formas, e já se tornou parte de nossa rotina em todo o mundo, em impressos como livros, jornais ou revistas, podendo descrever visualmente os componentes do texto ou ter sua função somente decorativa. A função do designer de personagem é desenvolver personagens desde sua aparência física, passando pela personalidade, até seu figurino. Todavia a criação de personagens marcantes é um processo que envolve a combinação de conhecimento e imaginação. A pesquisa é essencial, e sem dúvida é o primeiro passo na criação de qualquer personagem. Ela é necessária para garantir que “as personagens e o contexto em que estão inseridas façam sentido e pareçam verdadeiras” (SEGER, 2006, p. 13). Toda pessoa traz em sua bagagem cultural muito material que pode ser aproveitado, mas que pode não ser suficiente em termos de profundidade e detalhamento de um personagem. Um estudo prévio pode garantir ao personagem maior credibilidade.

[...] a definição de uma personagem é um processo contínuo e recorrente. Você faz determinadas perguntas. Observa certas coisas. Reflete sobre sua própria experiência. Vive novas experiências e as testa frente às consistências da personalidade de sua personagem. Pensa em detalhes que sejam únicos e imprevisíveis (SEGER, 2006, p. 35).

Existem vários estágios para a criação de uma personagem. Partindo da obtenção de material para seu desenvolvimento, através de observação ou da própria experiência, para em seguida construir sua descrição física esboçando suas principais características em um *model sheet*⁴⁶. E desta forma,

⁴⁵ Também conhecido por *character design*.

⁴⁶ Esboços do personagem em várias posições, usualmente frente, costas e perfil.

encontrar a essência do personagem deixando-o mais consistente, sem necessariamente seguir algum estereótipo. Após, é necessária a definição dos paradoxos⁴⁷, conferindo maior complexidade, bem como o acréscimo de emoções, atitudes, comportamento, garantindo mais profundidade e detalhes que, além de complementar, podem tornar o personagem mais original e único.

⁴⁷ Expressão utilizada por Seger (2006), base para criação de uma personagem fascinante e única.

⁴⁸ Traduzindo, História de fundo, termo utilizado para a trama que envolve o personagem.

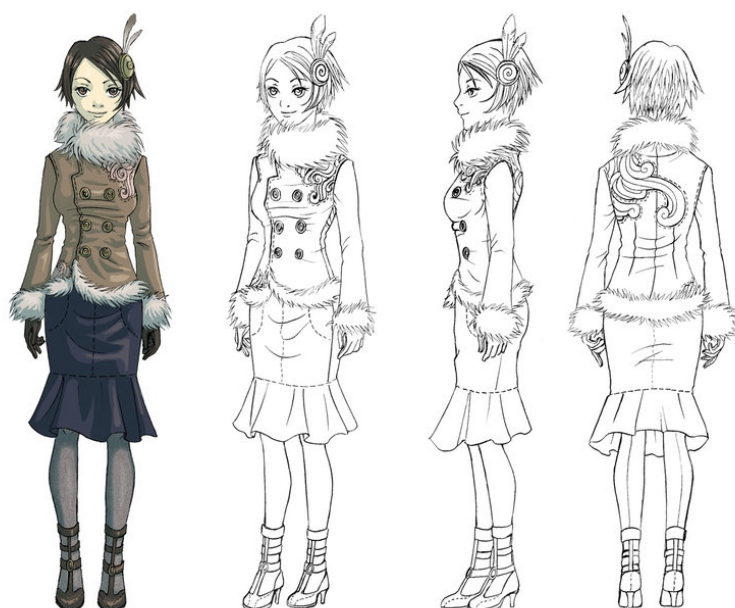


Figura 28: *Model Sheet* de um personagem.

Fonte: <http://fc00.deviantart.net/fs19/i/2007/260/5/0/>

Model_Sheet_by_Livanya.jpg

Ainda segundo Seger (2006), grandes personagens são essenciais para quem deseja criar uma boa história de ficção. Se o personagem não for bom o suficiente não existirá uma boa história. Para produzir um bom personagem é preciso pensar no contexto ao seu redor, influências culturais (origem étnica, classe social, religião, formação, etc.), período histórico (se diferente do atual exige uma pesquisa mais detalhada para que a história se mantenha próxima da realidade), cenário (que tem muita influência em vários aspectos do personagem), profissão e uma *backstory*⁴⁸. Todos esses aspectos têm grande predomínio na criação de personagens “determinando seu modo de pensar e falar, seus valores, aspirações e emoções” (SEGER, 2006, p. 18).

Nos primórdios da história dos jogos digitais os personagens eram inexistentes. Foi a partir de Pacman, criação de Toru Iwatani, que personagens com nome, personalidade e carisma começaram a ser inseridos em diversos *games* da época. Casos como Donkey Kong, Mario e o elfo Link (Fig. 29), criação de Shigeru Myiamoto, da Nintendo e Sonic, do criador Masato Oshima, da Sega. Segundo Luz (2010), estava estabelecido o avatar com personalidade e, a partir de então, a exploração psicológica do avatar só tende a crescer, reforçando os laços com o jogador. Como atores em uma produção cinematográfica, os personagens se tornaram a atração principal dos jogos digitais, e cabe ao designer torna-los marcantes ou até mesmo inesquecíveis.



Figura 29: Mario, Link, Donkey Kong e sua evolução.

Fonte: <http://trucosred.com/wp-content/uploads/2011/05/evolucion-de-los-personajes-de-nintendo.jpg>

Personagens em jogos também estão se tornando mais realistas. [...] Um personagem com raiva não irá somente atacar com a espada desembainhada, ele também vai usar expressões faciais e linguagem corporal para enfatizar o ataque. [...] Essa maior sofisticação aumentou a exigência sobre os designers para desenvolver personagens interessantes e envolventes (PARDEW, 2005, p. 134).

Como parte do jogo, são incluídos o personagem, que é controlado por um jogador, e o comandado pelo software do jogo. Alguns *games* têm uma grande variedade de personagens enquanto outros são mais simples. A classificação mais comum é personagem jogador ou protagonista, personagem não-jogador (NPC) e inimigos ou antagonistas, existindo também os personagens não-humanos. Dentro dessas categorias ainda pode haver uma ou mais subdivisões.

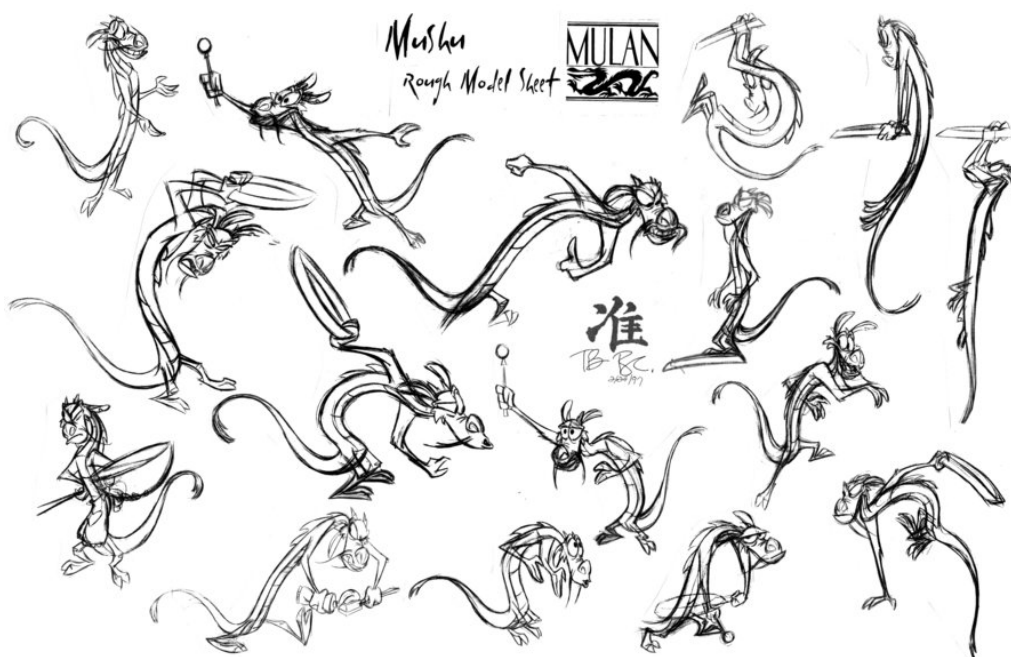


Figura 30: Esboços dos movimentos de um personagem.

Fonte: http://fc03.deviantart.net/fs71/i/2011/296/7/6/mushu__poses_model_sheet_by_tombancroft-d4dqqz9.jpg

O personagem jogador, ou seja, o protagonista, é aquele o qual o usuário pode controlar dentro do jogo, toda a história gira em torno dele. Em grande parte dos jogos só é possível controlar apenas um personagem. Nos jogos *multiplayer* existem vários personagens, porém estes são controlados por vários usuários diferentes em um único jogo. Atualmente, muitos destes *games* possibilitam ao jogador personalizar seu personagem. Por outro lado, o personagem não-jogador (NPC) é qualquer personagem que não pode ser controlado pelo usuário, com

exceção dos inimigos, que se encaixam em outra classificação. Eles podem ter várias funções no jogo como ajudar o jogador ofertando itens e informações, ou atuando como mercadores em lojas, ou ainda podem ter função somente decorativa. Os inimigos, os antagonistas do jogo, também não são controlados pelo jogador, sua missão é impedir o jogador de ganhar, e criar obstáculos tornando sua jornada mais difícil. Alguns são inteligentes, geralmente os chefões, tornando a sua derrota um verdadeiro desafio, outros são somente agressivos servindo para retardar o jogador. O desenvolvimento dos inimigos é tão importante quanto a sua função no jogo, eles devem ser intimidadores, tornando sua derrota uma realização para o jogador. Todos esses tipos de personagens apresentados coexistem dentro dos games, além de desenvolvê-los, “o designer tem que criar roupas, acessórios, cabelos, faces, tornando o processo de design de personagem muito mais complexo” (PARDEW, 2005, p. 135).

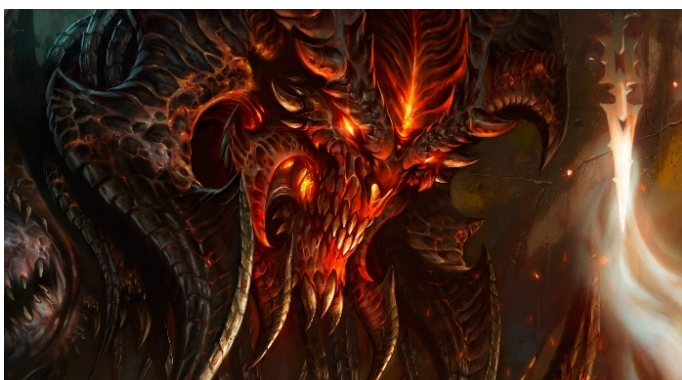


Figura 31: O vilão Diablo e sua forma intimidadora.

Fonte: <http://imagens.alphacoders.com/103/thumbbig-103737.jpg>

Alguns personagens, dentre esses existentes no jogo, não são humanos, podendo ser representados por animais, robôs, criaturas imaginárias, fantásticas ou qualquer outra figura que um designer puder imaginar. Existe uma variedade infinita de personagens imaginários: projetar esse tipo de personagem exige um processo criativo, em que o designer utiliza a imaginação em sua criação, o que consiste um maior desafio.

3.1 Figurino

Lopes (2009) acredita que existem aspectos principais que devem ser considerados no momento de criação de um personagem para qualquer tipo de produção, seja em *games*, cinema, quadrinhos, livros e até mesmo em partidas de

RPG, o autor sugere nove aspectos do design de personagens que devem ser levados em consideração: personalidade, biótipo, vestimenta, cores, expressão facial, postura, movimento, voz e história de fundo. Dentre estas a vestimenta é considerada uma das dimensões mais importantes, pois através dela pode se perceber várias pistas da história de fundo do personagem e sua personalidade.

Marcar a própria presença, chamar a atenção, pôr ênfase em determinadas partes do corpo, denotar com uma imagem clara e muitas vezes mesmo codificada com precisão alguns significados, e dar a conhecer outros de maneira explícita, mas, sempre sensível, eis o objetivo principal do vestuário (GHISLERI, 2011)⁴⁹.

Neste trabalho a ênfase é no Figurino, entendido como vestimenta por Lopes (2009), composto por roupas e acessórios. O vestuário é expressivo, ajudando a definir a localidade geográfica e o contexto histórico onde se passa a narrativa, além de traduzir o estado de espírito e as características dos personagens, os diferenciando ou tornando-os semelhantes. O figurino é mais do que uma simples combinação de roupas, ele é carregado de mensagens implícitas e explícitas e possui um alto teor simbólico, assim como os acessórios que o compõe, ajudando a acentuar ainda mais estas mensagens. Ao longo da história “a indumentária serviu para identificar camadas sociais, profissões, idade ou sexo das pessoas, e seu estudo pode servir como fonte de informações sobre costumes e hábitos de um povo” (NERY, 2003, p.9). O mesmo se aplica ao figurino dos jogos digitais, que ajuda a diferenciar gêneros e classes⁵⁰.

Se considerarmos apenas os acessórios e adornos [...] será razoável chamá-los de modificadores. Torna-se, então, possível distinguir um estilo decorado[...] de um simples, independente do período. (LURIE, 1999, p. 26)

⁴⁹ GHISLERI, Janice. Linguagem do Vestuário Teatral. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Figurino>. Acesso em: 10 out. de 2011.

⁵⁰ Classes de personagem, dependendo do jogo podem ser mago, espadachim, arqueiro etc.

Em alguns jogos digitais existem vários tipos de acessórios que fazem parte do figurino do personagem, eles podem ter duas funções: a primeira é utilitária, que realça poderes e habilidades; e a segunda seria meramente estética, não melhorando as habilidades do jogador, mas agregando características físicas e visuais ao personagem. Esses acessórios são geralmente conquistados através de missões ou através de comemorações festivas promovidas pela empresa, podendo ilustrar ou não conquistas dentro do jogo, ganhando em certos casos status entre os jogadores. Em jogos *online*, como Ragnarok, a importância do figurino é ainda mais evidenciada nos avatares. O jogador escolhe sua classe e o avatar passa a representá-lo dentro do jogo, tornando o design do figurino nesses casos “o elemento mais importante da concepção desses personagens, deixando o resto a cargo da imaginação do jogador” (LOPES, 2009, p. 26).

O figurino também pode fazer uso de arquétipos, com objetivo de facilitar sua identificação, pois algumas roupas e seus simbolismos já são assimilados automaticamente. Em alguns casos a roupa passa a ser tão padronizada que acaba se tornando um uniforme, mas mesmo um uniforme pode ter suas diferenças significativas. A maneira de vestir de um personagem representa uma linguagem. Uma camisa rasgada, por exemplo, desabotoada e cabelo despenteado, podem indicar um comportamento rebelde ou um rompante de emoção, como raiva ou desespero. De uma maneira geral, “todos nós somos capazes de compreender o significado de estilos que nunca usaremos” (LURIE, 1999, p. 20).

Armação do óculos grossa, camiseta de heróis, cabelos coloridos, dispositivos eletrônicos sempre a mão são alguns exemplos que remetem ao arquétipo de nerd.



Figura 32: Nerds e sua peculiar aparência.

Fonte: http://www.fanobook.com/snimki/geek/Geek_Party_5.jpg

Roupas pretas, de couro, bem como objetos metálicos e maquiagem carregada remetem ao arquétipo de roqueiro.



Figura 33: Roqueira (Joan Jett) e sua roupa de couro.

Fonte: <http://kenphillipsgroup.com/Phillips/jj3.jpg>

Roupas de grife, predominância da cor rosa, cabelo impecável, maquiagem e cachorrinho de colo remetem ao arquétipo de patricinha.



Figura 34: Patricinha e seu cachorrinho.

Fonte: http://kulturforunge.dk/wp-content/uploads/2011/10/111011_2.jpg

A parte prática desse trabalho consiste na criação de itens de personalização visual para o jogo *Ragnarok Online*, tendo como finalidade proporcionar melhorias para os jogadores, tanto estéticas quanto funcionais. O processo parte de *sketches*⁵¹ iniciais feitos com grafite transferidos para o computador e finalizados em *softwares*, ferramentas que auxiliam na execução de trabalhos, Adobe Photoshop CS5 e Corel Draw X5. Os programas foram escolhidos pelo maior domínio destas ferramentas, facilitando assim a finalização do trabalho.

⁵¹ Esboços de um desenho.

Baseando-se em vários outros itens de personalização visual existentes no jogo e já citados neste trabalho, pôde-se concluir que todos eles possuem referências diversas, podendo originar-se da própria mitologia nórdica como de outras existentes, e até mesmo celebrando datas comemorativas como o Natal. Propõem-se, então, a criação de três conjuntos de itens referenciados na mitologia nórdica, mais precisamente de personagens da lenda de Ragnarok: Odin, Loki e Jormungand.

Os itens estipulados equipam principalmente a cabeça, pois são os únicos itens que se tornam visíveis no avatar quando equipados, sendo assim importantes na personalização visual dos personagens no jogo, serão o total de quatro itens por conjunto, sendo três itens de cabeça: um de topo (chapéu), um de meio (olhos ou orelhas) e um de baixo (boca). Todos os conjuntos também terão um item bônus, que em cada um foi alternado o local onde podem ser equipados, buscando assim criar uma maior variedade de itens.

PROCESSO:

- Busca por referências;
- Definição dos itens;
- Esboços iniciais;
- Transferência para o computador;
- Finalização em *softwares*.

4.1 - Conjunto de Odin



Figura 35, 36, 37 e 38: Representações de Odin.

Fontes⁵²

Pesquisa sobre o personagem: Odin, pai dos deuses e governante de Asgard, deus da batalha, era também conhecido como deus de um olho só, hábil e talentoso em magia, especialista em mudar de forma e em consultar os mortos. De seu palácio Valhalla⁵³ em Asgard, ele podia apreciar a vista de todos os mundos, onde todas as noites haviam fartos banquetes regados a hidromel⁵⁴. É o deus que conhece os segredos de viajar entre os mundos, montava um cavalo de oito pernas, Sleipnir, capaz de levar seu cavaleiro a terra dos mortos. Tem como principal característica a sabedoria. Diz a lenda que Odin deu um dos olhos para ter o direito de beber um único gole da preciosa água da fonte de Mimir⁵⁵, na terra dos gigantes, “cujas águas continham sabedoria e entendimento” (DAVIDSON, 2004, p. 22). Possui um exército de Valquírias, como já visto anteriormente, encarregadas de levar suas ordens no desenrolar das batalhas e assim dando vitória segundo sua vontade, sugando a energia e a força dos homens ou tornando-os imunes a

⁵² Respectivamente:

Representado no filme Thor (2011).

<http://superpazzesco.files.wordpress.com/2011/03/thor-9.png>

Representado em ilustração.

http://fc02.deviantart.net/fs40/f/2009/055/4/d/ODIN_by_Giye.jpg

Representado em HQ.

<http://comicbookmovie.com/images/users/uploads/10959/odin.jpg>

Representado em HQ.

http://media.comicvine.com/uploads/3/38780/938367-odin_super.jpg

⁵³ Palácio localizado em Asgard, local onde são recebidos os honrados guerreiros mortos em batalhas.

⁵⁴ Bebida favorita dos deuses nórdicos à base de água e mel.

⁵⁵ O mais sábio dos deuses nórdicos

ferimentos e ao perigo no caso dos *berserks*⁵⁶. No fim conduzem os mais honrados guerreiros, derrotados e mortos, para Valhalla.

⁵⁶ Guerreiros em estado de fúria.

Processo de criação dos itens: para elaborar o conjunto de itens foi utilizado como base imagens do personagem já existentes em filmes e HQs e outras fontes (Figs. 35, 36, 37 e 38). Partindo dessas fontes, a criação dos itens foi iniciada escolhendo como principais característica o chifre por estar presente em todas as imagens, o tapa-olho por ser uma marca do personagem e a cor dourada representando a supremacia do mesmo. Sendo assim, os itens estipulados para esse conjunto são: Coroa de Odin, Olho de Odin, Manto de Odin e Maçã Dourada.



Figura 39: Esboços dos itens de Odin.

Fonte: A autora.

Os itens Coroa de Odin, Olho de Odin e Maçã Dourada equipam a cabeça do personagem (topo, meio e baixo respectivamente) e quando utilizados podem ser visualizados no avatar. O item bônus, Manto de Odin, criado para esse conjunto é equipado como capa e só é visível na janela de

equipamentos. Com os itens já estipulados e nomeados a próxima etapa é esboçar as idéias em papel. No esboço do primeiro item já é visível uma das características estipuladas anteriormente, o chifre, transformado em coroa e com alguns adornos de pedras em formato triangular. O esboço do tapa-olho contém os mesmos elementos em forma de triângulo e pequenos adornos nas laterais em formato de chifres. A maçã é o alimento dos deuses, a maçã da juventude, tendo como função conferir-lhes vida longa. Representada em seu formato clássico, porém dourada como nas lendas nórdicas, poderá ser equipada como parte de dois dos conjuntos criados, oferecendo um dinamismo que é muito comum em vários itens do jogo. A capa também possui os elementos triangulares em suas presilhas.

Processo de finalização: com os esboços criados o próximo passo é transferir os desenhos para o computador e assim colorir e finalizar o item digitalmente, com a ajuda das ferramentas já citadas anteriormente. As cores escolhidas para os itens do deus Odin são o dourado e o azul, visto que a maioria de suas representações utilizam essas cores. O resultado final pode ser visto logo abaixo.

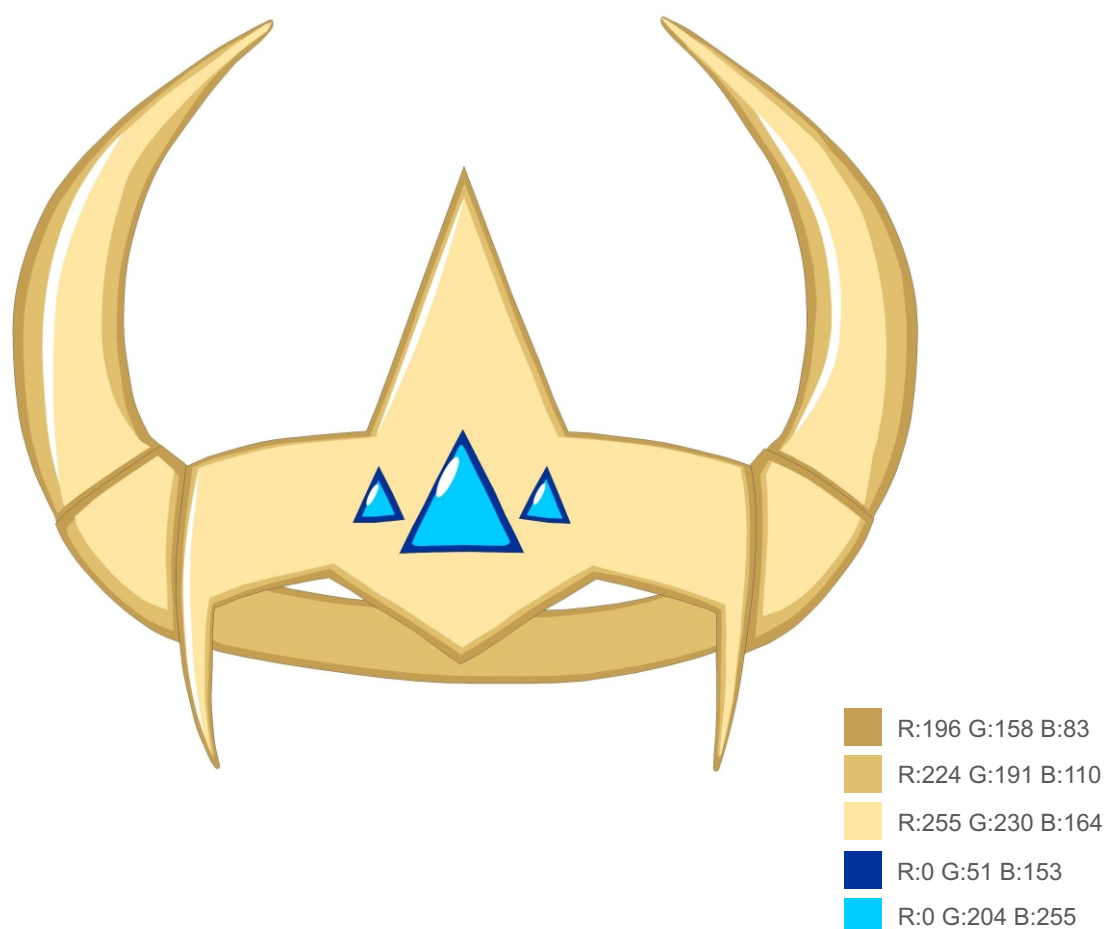


Figura 40: Coroa de Odin.

Fonte: A autora.



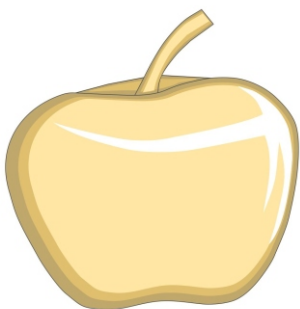
- R:196 G:158 B:83
- R:224 G:191 B:110
- R:255 G:230 B:164
- R:0 G:51 B:153
- R:0 G:204 B:255

Figura 41: Olho de Odin.
Fonte: A autora.



- R:135 G:1117 B:81
- R:196 G:158 B:83
- R:224 G:191 B:110
- R:255 G:230 B:164
- R:0 G:51 B:153
- R:0 G:204 B:255

Figura 42: Manto de Odin.
Fonte: A autora.



- R:196 G:158 B:83
- R:224 G:191 B:110
- R:255 G:230 B:164

Figura 43: Maçã Dourada.
Fonte: A autora.

4.2 - Conjunto de Loki



Figura 44, 45, 46, 47 e 48: Representações de Loki.

Fontes⁵⁷

Pesquisa sobre o personagem: Loki é uma figura em destaque na maioria dos mitos conhecidos, mas seu lugar no círculo de Asgard costuma variar de uma fonte para outra. Talvez seja o personagem que mais se destaca entre os deuses nórdicos, “o principal ator nas histórias mais divertidas e a força motivadora em um bom número de tramas” (DAVIDSON, 2004, p. 150). Causador de comédias e tragédias, é um personagem ambíguo, nem bom nem mau, mas em várias fontes e histórias seu lado mau predomina. Tem como características marcantes a sociabilidade, participando de várias aventuras em companhia de quase todos os deuses, e a habilidade de mudar de forma. Algumas lendas destacam mais seu lado brincalhão que o perverso, ao causar alguns inconvenientes aos deuses, como ao roubar as maçãs douradas e cortar cabelos de deusas, mas no fim acaba sendo castigado. É o pai de monstros como Fenrir e Jormungand, e da deusa Hela.

⁵⁷ Respectivamente:
Representado no filme Thor (2011).
http://poltronamobius.files.wordpress.com/2011/08/avenga_loki.jpg?w=604&h=599

Representado no filme Thor (2011).
<http://mutantexis.files.wordpress.com/2011/05/blog-loki.jpg>

Representado em HQ.
http://st-listas.20minutos.es/imagenes/2009-05/100093/1176320_640px.jpg?1241760226

Representado em HQ.
[http://images.wikia.com/marveldatabase/images/5/5d/Loki_Laufeyson_\(Earth-616\)_0003.jpg](http://images.wikia.com/marveldatabase/images/5/5d/Loki_Laufeyson_(Earth-616)_0003.jpg)

Representado em HQ.
[http://images.wikia.com/marveldatabase/images/1/1d/Loki_Laufeyson_\(Earth-94001\).jpg](http://images.wikia.com/marveldatabase/images/1/1d/Loki_Laufeyson_(Earth-94001).jpg)

Processo de criação dos itens: Como no conjunto anterior, para elaborar o segundo conjunto de itens, foi utilizado como base imagens do personagem já existentes em filmes e HQs e outras fontes (Figs. 44, 45, 46 e 47). Partindo dessas fontes, a criação dos itens foi iniciada escolhendo como principais característica o chifre, que em praticamente todas as fontes é muito parecido visualmente, e as cores verde e dourado. Sendo assim, os itens estipulados para esse conjunto são: Chifres de Loki, Orelhas de Loki, Cinto de Loki e Maçã Dourada.

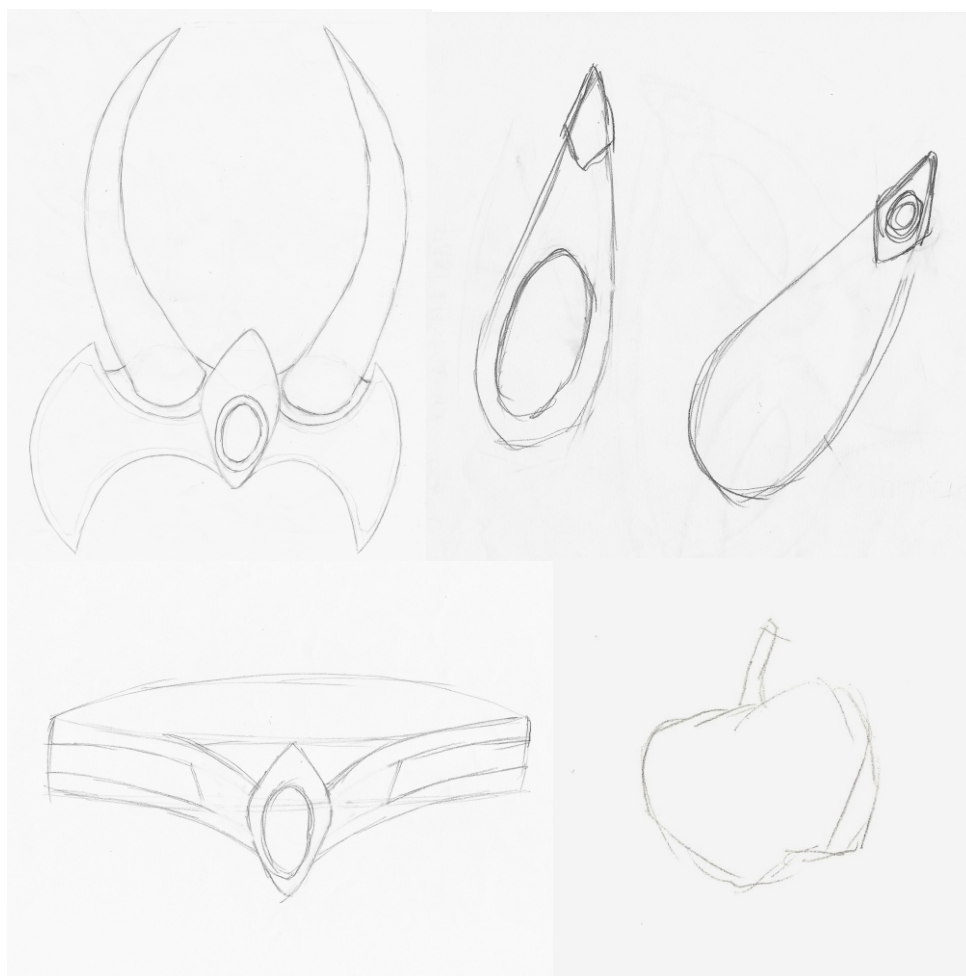


Figura 49: Esboços dos itens de Loki.

Fonte: A autora.

Os itens Chifres de Loki, Orelhas de Loki e Maçã Dourada equipam a cabeça do personagem (topo, meio e baixo respectivamente) e quando utilizados podem ser visualizados no avatar. O item bônus, Cinto de Loki, criado para esse conjunto, é equipado como acessório e só é visível na janela de equipamentos. Com os itens já estipulados e nomeados, a próxima etapa é esboçar as idéias em papel. No esboço do primeiro item já é visível uma das características estipuladas anteriormente, o chifre, transformado em uma espécie de tiara e com um adorno de pedra em

formato de elipse. O esboço das orelhas contém o mesmo elemento da tiara em forma de elipse, agora aparecendo mais de uma vez, nas extremidades. A maçã é a mesma do conjunto de Odin, podendo ser equipada como parte dos dois conjuntos oferecendo dinamismo. O cinto também possui o elemento em forma de elipse em sua presilha.

Processo de finalização: Com os esboços criados, o próximo passo é transferir os desenhos para o computador e assim colorir e finalizar o item digitalmente, assim como no conjunto anterior. As cores escolhidas para os itens do deus Loki são o dourado e o verde, visto que praticamente todas suas representações utilizam essas cores. O resultado final pode ser visto logo abaixo.

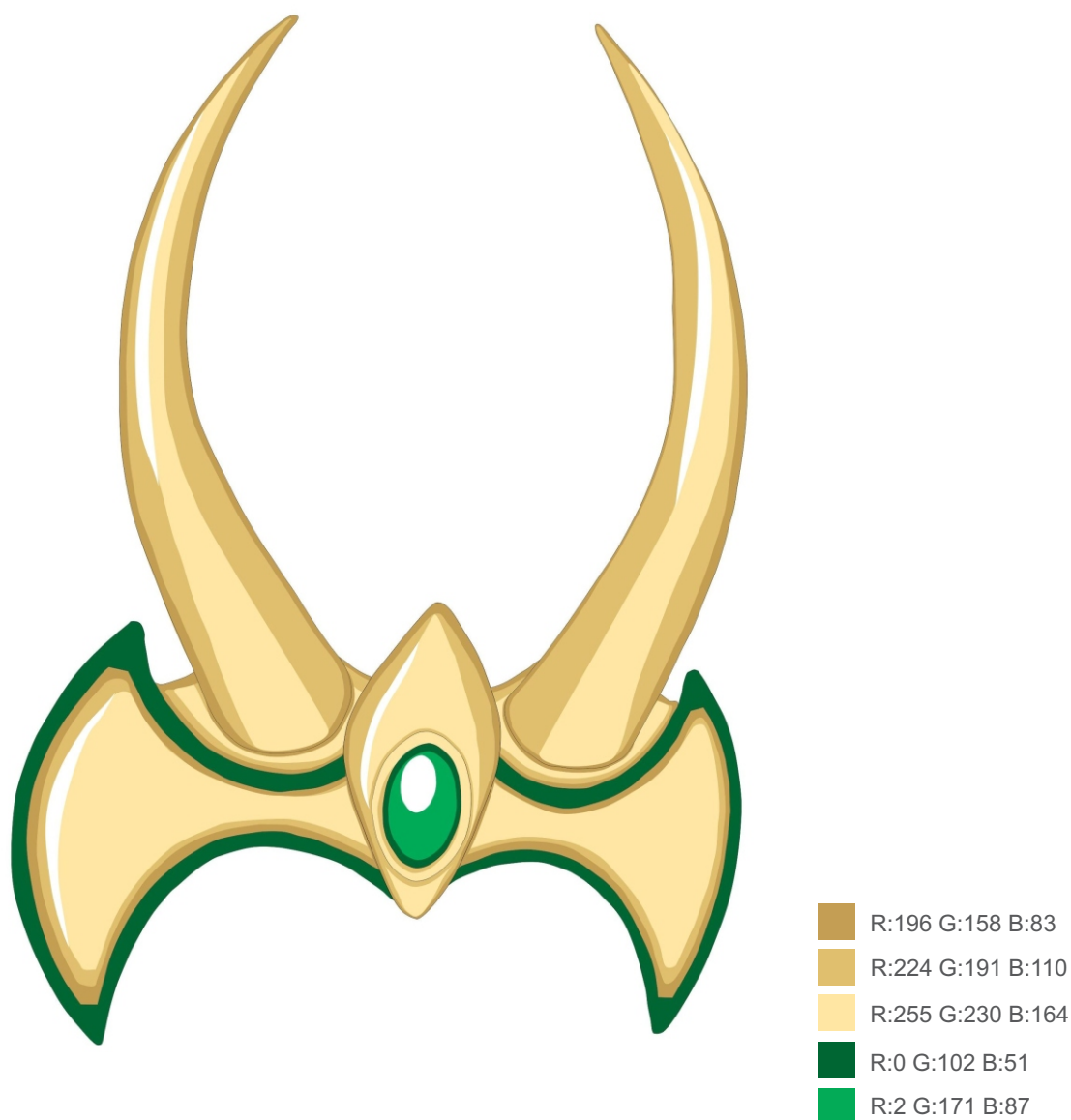
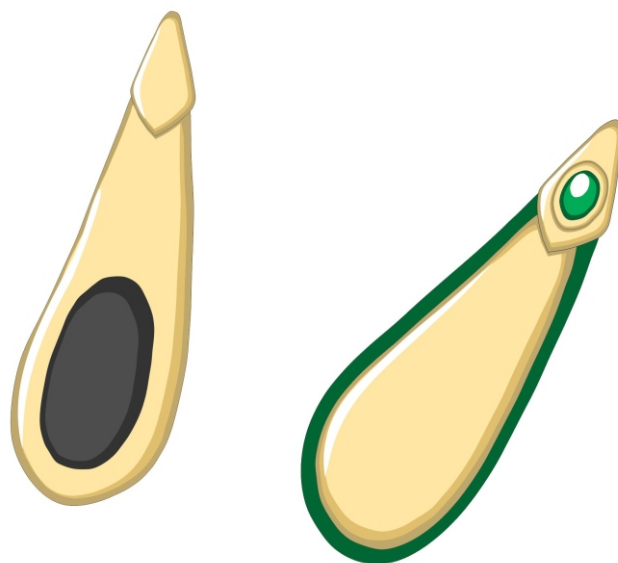


Figura 50: Chifres de Loki.

Fonte: A autora.










	R:196 G:158 B:83
	R:224 G:191 B:110
	R:255 G:230 B:164
	R:0 G:102 B:51
	R:2 G:171 B:87
	R:51 G:51 B:51
	R:77 G:77 B:77

Figura 51: Orelhas de Loki.

Fonte: A autora.









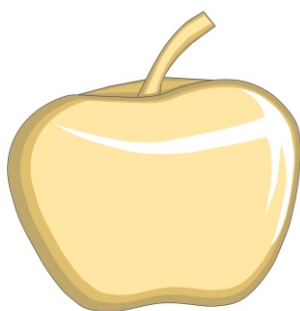
	R:135 G:1117 B:81
	R:196 G:158 B:83
	R:224 G:191 B:110
	R:255 G:230 B:164
	R:0 G:102 B:51
	R:2 G:171 B:87

Figura 52: Cinto de Loki.

Fonte: A autora.



	R:196 G:158 B:83
	R:224 G:191 B:110
	R:255 G:230 B:164

Figura 53: Maçã Dourada.

Fonte: A autora.

4.3 - Conjunto de Jormungand



Figura 54, 55, 56 e 57: Representações de Jormungand.

Fontes⁵⁸

⁵⁸ Respectivamente:

Representado em ilustração.
<http://mummorujang.exteen.com/images/jormungand.jpg>

Representado em HQ.
[http://images2.wikia.nocookie.net/_cb20101016135922/marveldatabase/images/9/90/Jormungand_\(Earth-20051\).jpg](http://images2.wikia.nocookie.net/_cb20101016135922/marveldatabase/images/9/90/Jormungand_(Earth-20051).jpg)

Representado em HQ.
http://media.comicvine.com/uploads/0/77/85168-140169-midgard-serpent_super.jpg

Representado em ilustração.
http://www.ediciona.com/portafolio/image/1/6/0/5/jormungand,-la-serpiente-del-mundo_5061.jpg

Pesquisa sobre o personagem: Jormungand é a serpente de Midgard que vivia nas profundezas do oceano e inimiga mortal de Thor, o deus dos céus. Fruto da relação de Loki com uma gigante, tem como irmãos o grande lobo Fenrir e a deusa Hela, é associada aos gigantes e as cobras que habitam o mundo da morte. Também é chamada nas lendas de “o cinturão do mundo”, pois “Odin a arremessou ao fundo do mar que cercava Midgard, e lá permanece, em volta do mundo, mordendo a própria cauda” (DAVIDSON, 2004, P.26). Durante o Ragnarök ela conseguirá se libertar e cobrirá os céus com seu veneno.

Processo de criação dos itens: Para elaborar o terceiro conjunto de itens, assim como nos conjuntos anteriores, foi utilizado como base imagens do personagem já existentes em várias fontes (Figs. 54, 55, 56 e 57). Partindo dessas fontes, a

criação dos itens foi iniciada escolhendo como principal característica a aparência de serpente, em alguns casos uma mistura com dragão, por estar presente em todas as imagens. Sendo assim, os itens estipulados para esse conjunto são: Cabeça de Jormungand, Olhar de Jormungand, Presas de Jormungand e Anel de Jormungand.



Figura 58: Esboços dos itens de Jormungand.

Fonte: A autora.

Os itens Cabeça de Jormungand, Olhar de Jormungand e Presas de Jormungand equipam a cabeça do personagem (topo, meio e baixo respectivamente) e quando utilizados podem ser visualizados no avatar. O item bônus, Anel de Jormungand, criado para esse conjunto, é equipado como acessório e só é visível na janela de equipamentos. Com os itens já estipulados e nomeados, a próxima etapa é esboçar as idéias em papel. No esboço do primeiro item já é visível a aparência de serpente-dragão, através dos chifres e barbatanas. O esboço do olhar possui elementos mais orgânicos como se fossem uma energia emanando dos olhos. As presas curvadas e posicionadas lateralmente transmitem maior agressividade. O anel é adornado com uma serpente formando o círculo e abocanhando a própria cauda.

Processo de finalização: Com os esboços criados o próximo passo, como nos conjuntos anteriores, é transferir os desenhos para o computador e assim colorir e finalizar o item digitalmente, com a ajuda das ferramentas já citadas anteriormente. As cores escolhidas para os itens da serpente de Midgard são o verde e o vermelho, escolhidos para marcar essa mistura de serpente com dragão. O resultado final pode ser visto logo a seguir.

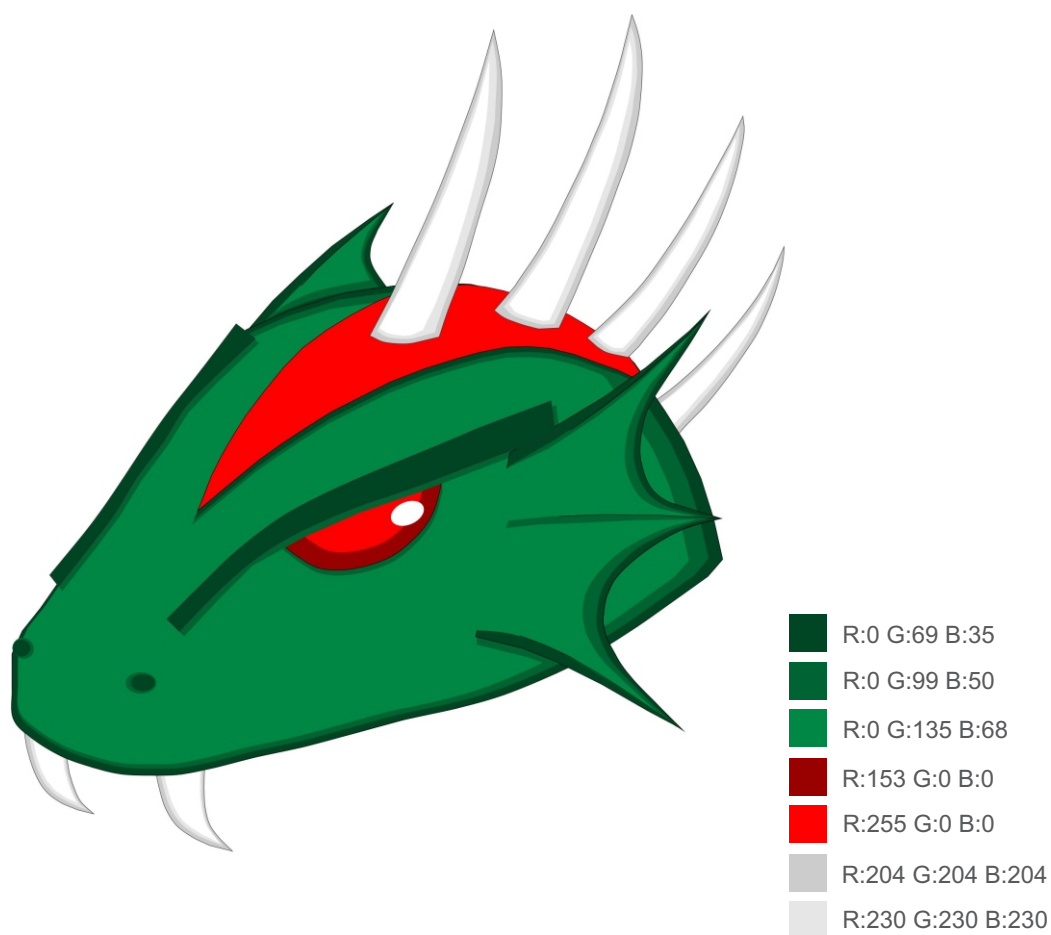


Figura 59: Cabeça de Jormungand.

Fonte: A autora.



Figura 60: Olhar de Jormungand.

Fonte: A autora.



Figura 61: Presas de Jormungand.

Fonte: A autora.

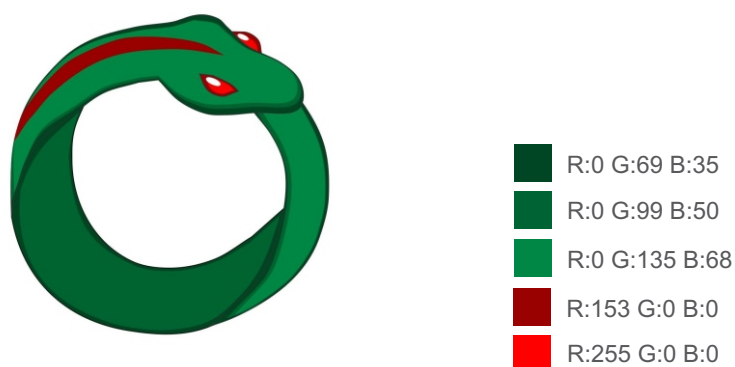


Figura 62: Anel de Jormungand.

Fonte: A autora.

4.4 Resultados

O resultado final alcançado apresenta itens com um aspecto visual simples, porém diferenciado dos existentes atualmente, mantendo o padrão visual do jogo. Foram criados onze itens e estes divididos em três conjuntos. Dentre os três conjuntos, o de Odin e o de Loki, são esteticamente semelhantes, por ambos tratarem-se de deuses nórdicos, inclusive contendo um item em comum, a maçã dourada, exclusivo para estes. Por serem dourados e adornados com pedras, transmitem a imagem de poder e riqueza. A idéia pode ser ampliada e fazer parte de um pacote de itens inspirados em deuses nórdicos ao incluir as divindades restantes.

O conjunto de Jormungand é diferente dos outros por se tratar de um monstro, o qual pode ser lançado em pacote especial com os outros dois conjuntos criados, mas em categoria diferente, junto a outras criaturas da mitologia nórdica.

Exatamente por ser partes de um monstro, esse conjunto é mais sombrio e agressivo que os outros. Estes equipamentos podem ser lançados no jogo através da atualização semanal, em pacote de expansão ou episódio com temática semelhante. Quando equipados nos personagens os itens permitem a customização visual esperada pelo jogador, ampliando a gama de opções em acessórios de personalização e alcançando assim um resultado satisfatório.



Figura 63: Montagem visualizando um dos conjuntos equipados.

Fonte: <http://ro-projectrevolution.blogspot.com>

CONJUNTO DE ODIN

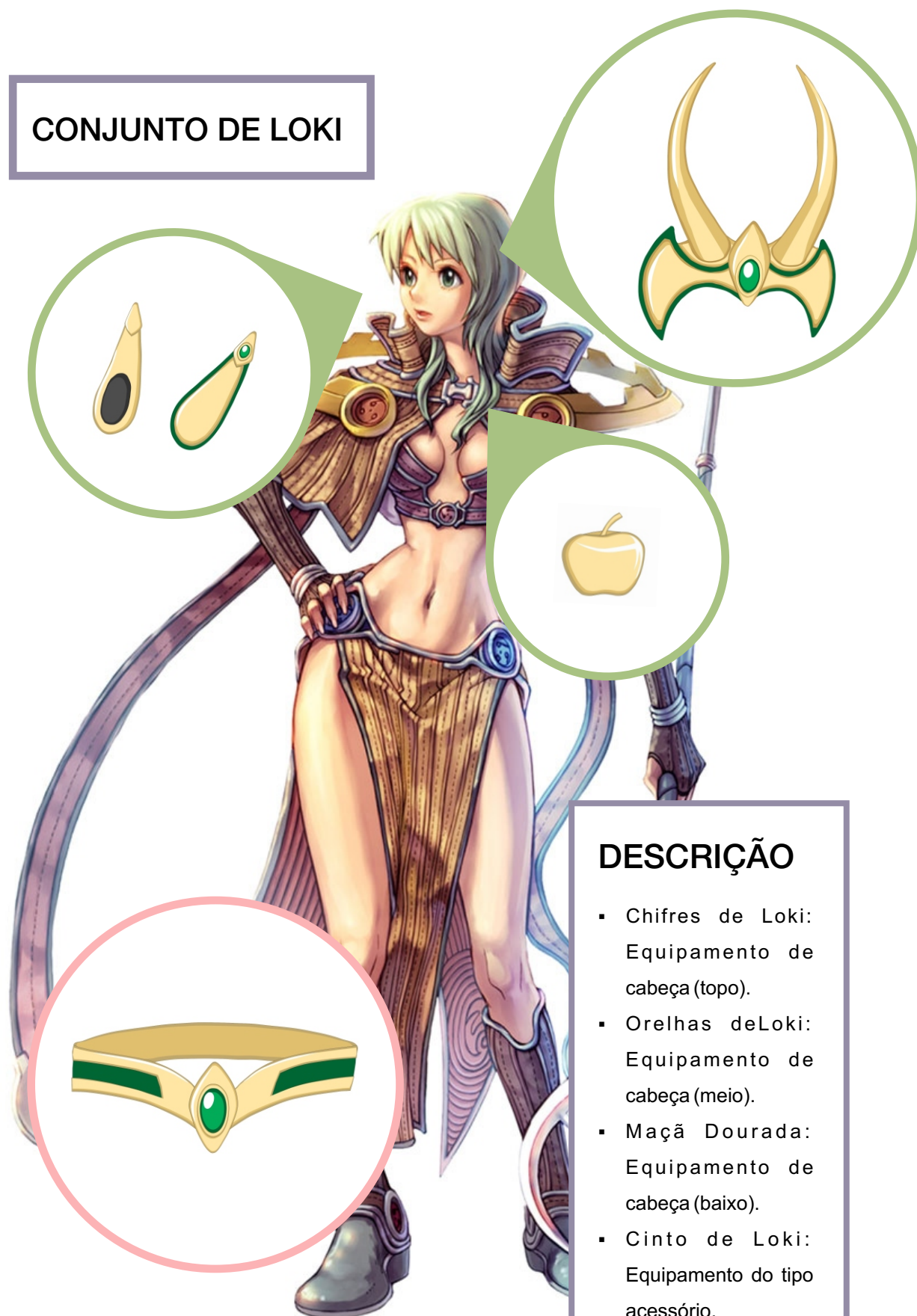


DESCRIÇÃO

- Coroa de Odin: Equipamento de cabeça (topo).
- Olho de Odin: Equipamento de cabeça (meio).
- Maçã Dourada: Equipamento de cabeça (baixo).
- Manto de Odin: Equipamento do tipo capa.

Figura 63: Espadachim e Conjunto de Odin.
 Fonte: <http://ro.game.gnjoy.com>

CONJUNTO DE LOKI



DESCRIÇÃO

- Chifres de Loki: Equipamento de cabeça (topo).
- Orelhas deLoki: Equipamento de cabeça (meio).
- Maçã Dourada: Equipamento de cabeça (baixo).
- Cinto de Loki: Equipamento do tipo acessório.

Figura 63: Sábida e Conjunto de Loki.

Fonte: <http://ro.game.gnjoy.com>

CONJUNTO
DE JORMUNGAND



DESCRIÇÃO

- Cabeça de Jormungand: Equipamento de cabeça (topo).
- Olhar de Jormungand: Equipamento de cabeça (meio).
- Presas de Jormungand: Equipamento de cabeça (baixo).
- Anel de Jormungand: Equipamento do tipo acessório.

Figura 63: Shura e Conjunto de Jormungand.

Fonte: <http://ro.game.gnjoy.com>

Ao longo desse trabalho foi abordado o tema jogos digitais fazendo um paralelo com design gráfico e suas funções dentro do mesmo, sendo uma delas a construção dos personagens, incluindo seu figurino. Desta função do designer na área de games, foi enfatizada a criação do figurino e seus acessórios, e assim confirmada sua extrema importância na personalização e criação de personagens em jogos digitais. Fatores que podem descrever visualmente o personagem e também permitir ao jogador projetar um pouco da sua personalidade em seu avatar. Através dessa base teórica, que se mostrou essencial para essa conclusão, confirma-se a relação entre design e a construção de jogos, e a partir de toda a base que foi dada sobre o jogo *Ragnarok Online*, partiu-se então para a prática que consiste na criação de itens de personalização visual.

Assuntos abordados ao longo do trabalho:

Introdução: Foi explicada a proposta do trabalho e seus objetivos;

Capítulo 1: Com título *Ragnarok Online*, explica o que é o jogo e como ele funciona, e por fim foca nos itens de personalização utilizados pelos usuários em seus personagens;

Capítulo 2: Com título Design Gráfico e Jogos Digitais, onde foi abordado o tema jogos digitais, conceituando e entrando um pouco em sua história, relacionando o assunto proposto com o design gráfico;

Capítulo 3: Com título Design de Personagem, conceituando e explicando como funciona o design de personagens. Dentro deste possui uma divisão, onde é explicado o que é o figurino, enfatizando nos acessórios dos personagens;

Capítulo 4: Com título Etapa Prática, detalhando o processo de criação dos conjuntos de itens chegando ao resultado final.

A quantidade de publicações e material teórico existentes sobre algumas das áreas pesquisadas ainda é muito restrita e de difícil acesso, alguns materiais disponíveis somente em língua estrangeira, se mostrou uma dificuldade no desenvolvimento do trabalho. Porém, os objetivos foram alcançados e todos os temas abordados e esclarecidos ao longo dos capítulos apresentados anteriormente. A prática foi finalizada sem dificuldades e o resultado final foi o desejado previamente, a criação

de diversos itens de personalização, tornando reais as idéias que foram sendo moldadas desde o início desse trabalho até a etapa final.

Por fim, o trabalho mostra o que é a personalização visual do figurino em jogos digitais, o que são esses itens, a importância destes na criação de um personagem, como funcionam e como se dá a criação desses itens, através de pesquisas em diversas fontes e referências já existentes, alimentando e libertando a criatividade.

Atributos: definem as características físicas em um personagem de RPG. Existem 6 atributos no total: força, agilidade, vitalidade, inteligência, destreza e sortem. Cada um deles favorece alguma classe de personagem em particular.

Avatar: é a figura gráfica que representa o jogador em um mundo virtual. É a forma que o usuário escolhe para assumir dentro do jogo. Os avatares fazem parte do mundo da tecnologia desde que nasceram os jogos eletrônicos. Disponível em: http://www.rjnet.com.br/elism_vermateria.php. Acesso em: 25 de out. de 2011.

Aventura: um gênero de jogos digitais em que o jogador deve explorar um mapa para evoluir e alcançar um objetivo.

Elementos: são os elementos da natureza (terra, água, ar e fogo), utilizados em magias.

Episódios: pacotes de expansão lançados no jogo em certo intervalo de tempo entre cada lançamento. Podem trazer novos equipamentos, mapas, monstros, etc.

Habilidades: características individuais que cada classe possui, por exemplo, um feiticeiro pode lançar magias.

Primeira Pessoa: estilo de jogo que permite ao jogador compartilhar a mesma visão do seu personagem, e assim, possibilitar uma maior imersão ao jogo. Antigamente somente os jogos de tiro utilizavam esse estilo.

Quests: Pode ser traduzido como "buscas". São missões ou tarefas (muitas delas envolvendo uma história) dentro do jogo que, quando cumpridas, dão ao jogador recompensas especiais.

Nível de Base: a medida em que o jogador evolui, amplia os atributos o deixando mais forte.

Nível de Classe: a medida em que o jogador evolui, amplia a quantidade de habilidades disponíveis.

Puzzle: jogo que envolve problemas de lógica.

Screenshot: Captura da tela do computador em determinado instante. No caso de Ragnarok Online são capturas de cenas do jogo feitas pelo próprio jogador.

Simuladores: buscam o máximo da realidade para dentro de seus jogos. Os mais populares são os jogos de corrida.

Evolução gráfica dos Jogos Digitais

Os primeiros Jogos Digitais não possuíam qualquer processamento, muito menos memória, sendo seus gráficos muito simples e abstratos, com avatares de naves, equipamentos esportivos, sem representação humana “era muito mais fácil representar, no vídeo, objetos sem partes móveis, como uma raquete, do que um jogador de tênis inteiro” (LUZ, 2010, p. 29). Devido as limitações técnicas das máquinas na época o tema mais frequente foi o de batalha espacial, pois precisavam apenas de um fundo preto, facilitando a programação.

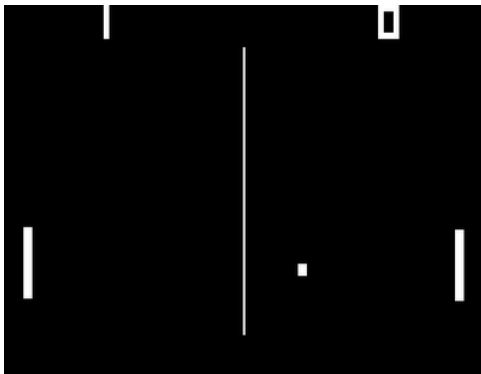


Figura 63: Primeiro Jogo desenvolvido pela Atari (Pong).

Fonte: bom-era-quando.blogspot.com/2011/06/pong-primeiro-game

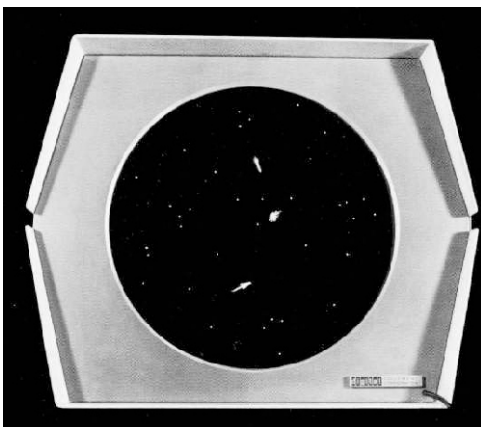


Figura 63: Primeiro jogo desenvolvido para computador (Spacewar!).

Fonte: www.listal.com/viewimage/683089

Por volta de 1975 uma revolução digital que viria a influenciar toda a história do videogame começa a acontecer. Com a popularização do microprocessador e seu custo barateado, permitiu aos designers desenvolver graficamente os jogos. Através disso, obteve-se mais precisão nos gráficos dos games, foram inseridos avatares humanóide e elementos cenográficos multicoloridos, melhorando um

pouco a estética e deixando a jogabilidade mais corrida. O microprocessador “ampliou as capacidades do vídeo game, aproximando-o dos computadores e o maior benefício, na época, se deu na sua capacidade gráfica” (LUZ, 2010, p. 29).



Figura 63: Primeiro jogo com avatar humanóide (Gunfight).

Fonte: <http://maws.mameworld.info/maws/romset/gunfight>



Figura 63: Primeiro personagem a ser lançado no mercado (Pacman).

Fonte: <http://www.atari.net.br/atari/pac-man.gif>

Os computadores pessoais, com sua popularização em 1977, vem a ser uma fonte alternativa para os amantes de jogos digitais, com particularidades inexistentes nos consoles até então, como as aberturas nos jogos. Seus processadores de *8 bits* também se tornam populares, beneficiando a indústria dos consoles. Essa tecnologia permitiu o aumento da paleta de cores e da resolução gráfica, possibilitando representações mais reais, mas “apesar de termos agora chips gráficos e uma memória de vídeo para trabalhar, esses recursos tinham suas limitações” (LUZ, 2010, p. 91)

O surgimento desses sistemas de 8 bits coincidiu com a profissionalização do mercado de desenvolvimento de jogos, as produtoras agora montavam equipes de design para seus jogos. Com isso, designers gráficos passaram a tomar conta da direção de arte dos jogos [...] (LUZ, 2010, p. 91)



Figura 63: Primeiro jogo de tiro a ser lançado (Space Invaders).

Fonte: <http://www.atari.net.br/tela-space-invaders.htm>



Figura 63: Colorido e divertido (Super Mario Bros),

Fonte: <http://inhosin.ru/wp-content/uploads/2011/09/963.jpg>

Com o surgimento do processador de 16 bits no, final da década de 80, além de melhorar a qualidade gráfica, possibilitava mais cores e permitia o uso de avatares maiores, alguns com expressões identificáveis. O jogo também ganha profundidade devido o aumento de memória e os designers ganham mais liberdade para trabalhar os cenários dos jogos, que ganham mais elementos. Nessa época nascem os jogos 2,5D, posteriormente no final dessa geração, o começo do que seriam os jogos 3D, e a introdução do CD-ROM em alguns consoles. A resolução gráfica alcançada “permitia também a construção de avatares com muito mais personalidade” (LUZ, 2010, p. 104) .

A exploração das linguagens gráficas [...] alcança um novo nível em que o desenvolvimento explora a atitude dos avatares, buscando profundidade na personalidade, buscando identificação e empatia frente aos jogadores” (LUZ, 2010, p. 104).



Figura 63: Primeiro jogo com avatar ocupando metade da tela (Altered Beast)

Fonte: <http://kokugamer.com/wp-content/uploads/2009/08/altered-beast.jpg>



Figura 63: Antecessor dos jogos 3D (F-Zero),

Fonte: <http://meioorc.com/wp-content/uploads/2011/02/Fzero.jpg>

Com as portas abertas para os jogos 3D, ganha a cena o processador de 32 bits no início da década de 90, possibilitando uma real inovação nos jogos digitais e muito úteis em simulação 3D. Mesmo sem grande resolução, seus *games* chegam conquistando o público, pela diferenciação visual das formas poligonais, jogadas de câmera e cenários diferenciados. Com o passar do tempo “a linguagem tridimensional foi absorvida e se tornou dominante” (LUZ, 2010, p. 106).



Figura 63: Jogo com gráfico visivelmente poligonal (Virtua Fighter),

Fonte: http://www.arcade-history.com/images/game/3298_1.png



Figura 63: Gráfico 3D quase realista (Gran Turismo),

Fonte: <http://granturismo1.host56.com/GranTurismo.jpeg>

Por fim, no final de 1998, surge a nova geração dos jogos digitais com processadores 64 bits já conseguiam sintetizar a realidade. Sua tecnologia ajudava na estética e ambiente do jogo criando neblinas e fumaças que anteriormente era inviável, proporcionando também mais experiência na jogabilidade. As jogadas de câmera viram cenas cinematográficas, surpreendendo o jogador, transformando esse meio de interação em um entretenimento completo.



Figura 63: Uma verdadeira obra de arte (Okami),

Fonte: <http://i2.listal.com/image/1503483/936full-okami-screenshot.jpg>

ASSIS, Jesus de Paula. *Artes do videogame: conceitos e técnicas*. São Paulo: Alameda, 2007.

BOBANY, Arthur. *Videogame arte*. Teresópolis, RJ: Novas Idéias, 2008

COSTA, Francisco Araujo da. *O figurino como elemento essencial da narrativa*. Sessões do Imaginário. FAMECOS, Porto Alegre, n. 8, p. 38-41, ago. 2002.

DAVIDSON, H. R. Ellis. *Deuses e mitos do Norte da Europa: uma mitologia é o comentário de uma era ou civilização específica sobre os mistérios da existência e da mente humanas*. São Paulo: Madras, 2004.

FARIA, Mônica. *A visualidade dos jogos virtuais como fomentadoras de um imaginário tecnológico*. Actas de Diseño. Diseño en Palermo. IV Encuentro Latinoamericano de Diseño 2009, Buenos Aires, ano 4, n. 7, p.98-102, jul. 2009.

LOPES, Leonardo Baptista. *Personagens e estereótipos: estudo sobre representação visual de personagens com base em estereótipos*. Monografia submetida à Universidade do Vale do Itajaí, 2009.

LURIE, Alison. *A linguagem das roupas*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

LUZ, Alan Richard da. *Vídeo game: história, linguagem e expressão gráfica*; (Coleção pensando o design, Carlos Zibel Costa, coordenador). São Paulo: Blucher, 2010.

MIGUEL, Rodrigo. *Animação 3D, game & HQ: conexões e mercado*. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

MILLIDGE, Gary Spencer. *Diseño de comic y novela gráfica: la guía esencial*. Parramón ediciones: Barcelona, 2010.

MUNARI, Bruno. *Das Coisas Nascem Coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

NERY, Marie Louise. *A evolução da indumentária: subsídios para criação de figurino*. Rio de Janeiro: Ed. Senac, 2003.

PARDEW, Les. *Beginning illustration and storyboarding for games*. Boston: Thomson course technology, 2005.

PATMORE, Chris. *Diseño de personajes. Cómo crear personajes fantásticos para cómics, videojuegos y novelas gráficas*. Barcelona: Norma Editorial, 2006.

PERUCIA, Alexandre Souza. *Desenvolvimento de jogos eletrônicos: teoria e prática*. 2. Ed. São Paulo: Novatec Editora, 2007.

SCHUYTEMA, Paul. *Design de Games: Uma abordagem prática*. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

SEGER, Linda. *Como criar personagens inesquecíveis*. São Paulo: Bossa Nova, 2006.

WITHROW, Steven; DANNER, Alexander. *Character Design for Graphic Novels*. Hove: Rotovision, 2007.

Internet:

GRAVITY. Disponível em: <http://www.gravity.co.kr>. Acesso em: 20 de out. de 2011.

RAGNAROK BRASIL. Disponível em: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok>. Acesso em: 16 de jun. 2011.

RAGNAROK KOREA. Disponível em: <http://ro.game.gnjoy.com>. Acesso em: 13 de out. de 2001.

RGNAROK USA. Disponível em: <http://www.playragnarok.com>. Acesso em: 17 de out. de 2011.

RAGNAROK PH. Disponível em: <http://ragnarok.levelupgames.ph>. Acesso em: 18 de out. de 2011.