

Nintendólatras

Edição 01 / Novembro 2017

A influência **dos HERÓIS**
na vida das **CRIANÇAS**

Onde **tudo**
Começou

OPAPEL DOS PAIS
NO IMAGINÁRIO INFANTIL

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

MAXWELL HENRIQUE DA SILVA

NIN•TEN•DÓ•LA•TRAS
Heróis • Videogames • Eu

Belo Horizonte
2017

MAXWELL HENRIQUE DA SILVA

NIN•TEN•DÓ•LA•TRAS
Heróis • Videogames • Eu

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Artes Visuais da
Universidade Federal de Minas Gerais
como requisito à obtenção do título de
obtenção do grau de Bacharel em Artes
Gráficas.

Orientador: Vlad Eugen Poenaru

Belo Horizonte
2017

SUMÁRIO

1	RESUMO.....	9
2	ABSTRACT.....	10
3	INTRODUÇÃO	12
4	NINTENDÓLATRAS & EU	14
4.1	O AMOR MOVE MONTANHAS	14
4.2	COMO COMEÇOU	14
4.3	A CRIAÇÃO DO NOME	14
5	A IDÉIA DE UMA PERSONA	16
5.1	A IDÉIA DE GESTÃO & DESIGN	16
6	A INFLUÊNCIA DOS HERÓIS NA VIDA DAS CRIANÇAS.....	17
6.1	GESTÃO POR RESULTADOS	17
7	CRIANDO POSTAGENS	18
7.1	POSTAGEM FAMOSA	18
8	INFLUÊNCIADOR DIGITAL	19
9	MONTAGENS DIGITAIS	20
10	POSTAGENS NOS MEIOS DIGITAIS	30
11	A INFLUÊNCIA DOS HERÓIS NA VIDA DAS PESSOAS	32
11.1	OS HERÓIS E AS FIGURAS DA MITOLOGIA	33
1.2	OS MALES CAUSADOS PELAS REDES SOCIAIS	34
12	REFERÊNCIAS	34

AGRADECIMENTOS

A todos os meus Nintendólatras/Gamedólatras que fazem os meus dias mais felizes, e às pessoas que são exemplos de caráter e determinação: Sammy Anderson, Geybson Salomão, Willian Duncan, Emanuel Ramos, Matheus Augusto, Germano Brito de Oliveira, Cleusa Silvana, Henrique de Castilhos, Junior Souza, Jack Lima, Conrado Asakura, Douglas Silva, Alexandre Pagano, Ítalo Chianca, Demonthyê Wesley, Cleber Marques, Ivan Battesini, Cláudio Balbino e todos os meus amigos e familiares.

Aos meus pais queridos e em especial minha mãe, que mesmo com dificuldades sempre acreditou em mim. A minha avó Neuza (In Memoriam) por me mostrar que a determinação é algo que todos temos que ter para a vida, e ao meu orientador Vlad por me mostrar que em mentes quadradas ideias novas não circulam.

“Um homem cresce com a grandeza da missão dele.”

Assassin's Creed

“Quando os outros homens seguirem cegamente a verdade, lembrete...
Nada é verdade. Quando os outros homens estiverem limitados
pela moralidade ou pela lei, lembra-te... Tudo é permitido.

Assassin's Creed





RESUMO

O presente relatório se propõe a falar sobre minhas experiências pessoais com a página de conteúdo gamer criada por mim no Facebook: Nintendólatras. O projeto foi iniciado há quase 5 anos, com foco na produção de conteúdo humorístico – como memes e tirinhas –, usando, principalmente, a imagem de heróis dos games (Mario, Sonic, Pikachu, entre outros) para transmitir aos seguidores a sensação de saudade e nostalgia, dando origem a uma comunidade unida pelo amor aos videogames. Além das experiências pessoais, falo também sobre o processo de gerenciamento das páginas; as técnicas usadas para aumentar o engajamento de um público; detalhes de como penso e desenvolvo as postagens; e noções de gestão em design usadas para transmitir sensações boas às pessoas – meu grande objetivo, e motivo de ter criado a Nintendólatras há quase meia década.

Palavras-Chave: Comunicação Visual, Marketing Digital, Gestão em Design, planejamento com Foco em Resultados, Planejamento contínuo em multimídias sociais, Heróis, Videogames e Influenciador digital.

ABSTRACT

This report proposes to talk about my personal experiences with the gamer content page created by me on Facebook: Nintendólatras. The project was started almost five years ago, focusing on the production of humorous content - like memes and comic strips -, using mainly the image of heroes from videogames (Mario, Sonic, Pikachu, among others) to convey to the followers the sensation of homesickness and nostalgia, giving rise to a community united by the love for videogames. In addition to my personal experiences, I also talk about the page management process; the techniques used to increase the engagement of an audience; details of how I think and develop posts; and design management notions used to convey sensations to people - my great goal, and the reason I have created Nintendólatras almost half a decade ago.

Keywords: Visual Communication, Digital Marketing, Design Management, Results-Based Planning, continuous Planning in Social Media, Heroes, Videogames and digital influencer.

Querido leitor

Ao longo das páginas a seguir, você vai conhecer um pouco sobre o meu trabalho com a Nintendólatras: uma fanpage no Facebook focada na produção de conteúdo relacionado a videogames; trabalho que iniciei há quase cinco anos, e que continua me desafiando a ser criativo todos os dias. Dissertarei também sobre os heróis dos videogames, os ícones que me inspiraram a criar a fanpage, influenciam minha personalidade e contribuem para meu desenvolvimento como pessoa.

Uma galeria com algumas imagens que foram criadas ao longo dos quase 5 anos da Nintendólatras acompanha o texto. Além disso, também inseri no relatório conteúdo que considerei pertinente ao tópico, tal como matérias, textos e curiosidades informativas.

Esse TCC não tem o intuito de ser uma monografia aprofundada com respostas prontas a tudo – até porque ainda tenho muito a aprender. O que ofereço é a história de um projeto que tem moldado quem eu sou, e te convido a experienciá-la comigo.



NINTENDÓLATRAS & EU

“O AMOR MOVE MONTANHAS”

Há cerca de 20 anos, eu tive o primeiro contato com aquele que se tornaria um dos grandes heróis da minha vida: um encanador chamado Mario. Encantado com o personagem e sua busca incansável pela princesa Toadstool, mergulhei de cabeça no universo dos games – sem intenção de ir embora.

Curiosamente, minha primeira interação com super-heróis tradicionais, como Superman e Batman, também foi através dos jogos de videogame, e não em histórias em quadrinhos, onde eles são habitualmente encontrados. Nada nunca será mais fantástico do que um universo que consegue reunir todos os heróis que me inspiram – é por isso que amo videogames.

“O amor move montanhas” – já dizia o ditado popular –, e foi graças a esse amor intenso por videogames e seus heróis – tais como o já citado Mario, Donkey Kong e Link de The Legend of Zelda –, que em 2013 nascia a Nintendólatras. A página acabaria se tornando uma das minhas muitas pessoas, a representação virtual da parte mais nostálgica e saudosista do meu ser. Comecei a criar imagens, gifs e vídeos sobre os heróis dos videogames, assunto que, naquela época, ainda não havia sido bem explorado por outros criadores. Em meio a essa brincadeira toda, surgiu um trabalho diário que me obrigou a tentar ser cada vez mais criativo e superar minhas próprias expectativas.

COMO COMEÇOU

Falar de mim, do que me propus a criar nessa comunidade, e daquilo que eu e ela nos tornamos é uma tarefa difícil, mas toda a história tem um ponto de partida. Era fevereiro de 2013, eu estava em viagem com alguns amigos a uma cidade no interior do estado de Minas Gerais, enquanto esperava ansiosamente para começar minha segunda graduação na UFMG. A cidade em questão era Mutum, na Zona da Mata mineira, e ao chegar lá algo ficou imediatamente claro: era um lugar quente.

A conexão com a internet era bem ruim, mas era a única coisa que me mantinha entretido e longe daquele sol de rachar. Tentando não dar pane, decidi surfar em alguns portais de entretenimento para me distrair. Enquanto

navegava pelo Youtube e Facebook, comecei a analisar a forma com que alguns criadores de conteúdo utilizavam seus gostos pessoais como matéria prima para suas criações, e me peguei pensando que talvez já fosse hora de começar a fazer algo semelhante. Queria explorar minha criatividade e oferecer algo que despertasse o interesse das pessoas. Naquela época o Facebook estava testando o formato de fanpage, e convidava qualquer usuário a criar a sua. A temática da minha possível página já era óbvia para mim: os heróis dos games. A ideia souu interessante, então pensei comigo: “Ah, o que eu tenho a perder?”.

A CRIAÇÃO DO NOME

Eu procurava por uma palavra que conseguisse expressar todo meu amor e admiração por aquele universo. Não queria usar nenhum termo que já existisse, e por isso comecei a testar a mistura de diferentes palavras. Naquele momento, estava estudando termos judaicos, e me deparei com a expressão “idolatria”, que na Bíblia significa “amor excessivo, admiração exagerada” ou “culto que se presta a ídolos”. Fazia todo o sentido, mas o que estaria sendo idolatrado? A Nintendo, uma das empresas mais influentes do mundo dos games, e criadora da grande maioria dos meus heróis inspiradores. Agora faltava apenas somar A com B: da idolatria à Nintendo surge o nome Nintendólatras – termo que também passei a usar para me referir a aqueles que, como eu, são apaixonados pelo trabalho da empresa.



Nintendólatras

Figura 1 – Logo Nintendólatras 2013

Mais tarde, percebi uma crescente demanda por conteúdo referente não apenas à Nintendo, mas a outras desenvolvedoras de jogos também. Essa demanda me motivou a criar, em 2015, a primeira página derivada da Nintendólatras: a Gamedólatras.



Gamedólatras



Nintendólatras

Figura 2 – Logo Nintendólatras/Gamedólatras 2017



A IDÉIA de uma Persona

Mesmo sem compreender no início o que eu de fato estava me propondo a fazer, uma coisa era certa: essa página seria uma das minhas personas¹. Por definição, o termo persona significa "máscara", e tem origem no teatro grego, onde cada ator utilizava uma máscara para construir seu personagem. Na prática, isso significa que a página Nintendólatras seria minha representação na internet quando o assunto fosse videogames, e que consequentemente, eu, como dono da fanpage, seria conhecido como "o Nintendólatra". Sempre tive a intenção de expandir a marca também para outras redes como o YouTube, onde eu pudesse ser ouvido por aqueles que mostrassem interesse no assunto.



A IDEIA DE GESTÃO & DESIGN

Uma das possibilidades que considerei ao começar a criar conteúdo para a Nintendólatras, era de postar desenhos feitos por mim, mas alguns motivos me impediram de seguir com essa ideia. Primeiramente, na época eu

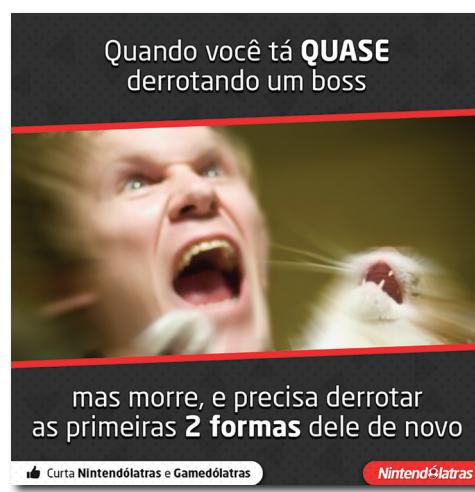
não tinha todo o material para produção de desenho digital (como uma mesa digitalizadora, por exemplo), mas o ponto mais importante – que definiu o formato que as publicações da página viriam a tomar – é a velocidade com que as tendências se renovam na internet. Levando isso em conta, concluí que formatos de mais rápida execução – tais como as imagens e colagens digitais – seriam necessários para cobrir determinados assuntos a tempo, antes que se tornassem obsoletos. Apesar de atualmente eu já ter os materiais para a criação de ilustrações digitais que antes não tinha, sei que estarei em desvantagem se optar por um formato que exige mais tempo para ser executado.

A internet é extremamente imediatista, algo que considero prejudicial para o processo criativo. A prioridade é ser o primeiro a comentar sobre o assunto que está em alta – atraindo assim mais cliques –, o que obriga o criador de conteúdo a desenvolver algo completamente novo no menor período de tempo possível, colocando a qualidade em segundo plano.

A página começou a crescer, chamar atenção, se tornar relevante no contexto gamer, e o que era apenas um hobby rapidamente se mostrou maior do que jamais imaginei que se tornaria.

A possibilidade de transformar aquilo em um negócio me motivava, mas eu já estava começando a sentir o peso de administrar um projeto desse tamanho sozinho. Ficou claro para mim que precisaria treinar pessoas e gerenciar uma equipe – mesmo que pequena – para que juntos produzissemos novas ideias. Passei a tratar a página de forma mais profissional, dei de ser apenas um criador de conteúdo e comecei a me dedicar à gestão de pessoas.

Desde o começo, me preocupei em traçar horários e estratégias que ajudassem meus colaboradores a não se sobrecarregarem, gerando melhores resultados e criando uma relação de trabalho muito mais saudável. Não existe uma fórmula mágica, todos os resultados positivos foram fruto de diálogo, tentativa e erro, pois tudo isso é um processo contínuo. Nesse momento eu comecei a trabalhar com gestão.



1 Citação indireta | Persona – Conceito de C. G. Jung por Bruno Ricardo Pereira Almeida. Disponível em <<http://www.psicologiamsn.com/2011/01/persona-jung.html>>

A INFLUÊNCIA DOS HERÓIS na VIDA DAS CRIANÇAS

Defini que seria minha função administrar a página, e que caberia aos novos membros da equipe criar o conteúdo a ser postado – o que significava que eu teria que transmitir a eles muito daquilo que já havia aprendido desenvolvendo conteúdo para a Nintendólatras sozinho. Minha prioridade era passar aos novos criadores de conteúdo uma ideia concreta do perfil do público com o qual eles estariam lidando, assim como uma noção de quais temas seriam capazes de tocar o emocional desse mesmo público.

Além disso, foi crucial deixar clara a importância do toque pessoal, emotivo e sensitivo de cada criador individual, pois é esse toque que reforça que nosso amor pelos videogames é tão genuíno quanto o dos curtidores que nos acompanham, gerando maior empatia por parte deles.

GESTÃO POR RESULTADOS E SUAS CARACTERÍSTICAS

A gestão orientada para resultados² é um modelo de administração de empresas que exige bastante comprometimento da equipe, especialmente por não ser voltado ao número de horas trabalhadas, mas sim ao empenho para a finalização das metas. Ao contrário de uma gestão tradicional – focada em processos –, a gestão por resultados enfatiza os objetivos a serem alcançados e os valores da organização.

Nesse tipo de gerenciamento os resultados são priorizados em todas as ações, com o objetivo de otimizar o desempenho da empresa, independentemente de seu porte ou de sua área de atuação. Para que seja possível adotar esse tipo

de gestão em uma empresa, é preciso saber como adequá-lo para atingir seus objetivos. O ambiente de trabalho deve ser um lugar acolhedor, em que as pessoas podem criar seu próprio horário. No caso da Nintendólatras, todos trabalham em home office e se comunicam através da internet, o que cria uma maior flexibilidade e diminui a pressão sobre cada um dos colaboradores.

Todas as unidades da empresa andam juntas e estão integradas para que seja possível obter o resultado desejado, cada uma contribuindo com sua tarefa. No meu caso, gerencio todo o processo de criação junto aos colaboradores da página, para haja uma maior uniformidade na forma com que o conteúdo é desenvolvido, evitando que ocorram fugas da temática pré-estabelecida. A liderança é mais participativa, não existem ordens diretas a serem obedecidas, tudo é resolvido através de um diálogo em que todas as partes têm voz ativa.

Uma das maiores vantagens de se adotar a gestão orientada para resultados, é o fato de que os colaboradores se sentem mais motivados por estarem envolvidos em todo o processo, e saberem que sua participação realmente faz diferença para o alcance das metas. O comprometimento do time e sua

produtividade aumentam, uma vez que cada um passa a perceber a sua importância para chegar aos resultados desejados. A sensação de pertencimento é maior, dessa forma o engajamento e produção consequentemente melhoram. Existem várias metodologias para a aplicação da gestão de serviços ou de produtos orientada a resultados em uma empresa, havendo entre elas algumas passos em comum para que a implementação tenha êxito:

- Revisar os objetivos da empresa: Crucial para que os gestores e empresários tenham uma visão clara das metas e do planejamento estratégico do negócio;
- Definir os objetivos da equipe: Gestores e colaboradores precisam se reunir para estabelecer as metas de cada um, determinando um prazo para a apresentação dos resultados;
- Monitorar o processo: Antes de o prazo estabelecido terminar, é preciso organizar algumas reuniões para saber se as metas efetivamente serão alcançadas;
- Avaliar o desempenho: Análise dos resultados obtidos;
- Recompensar: Os colaboradores são recompensados ao apresentarem resultados positivos.

CONCEITOS DE GESTÃO

- Processos e Solução de problemas
- Gerenciamento de ideias e Inovação
- Sistemas empresariais e informação
- Comunicação e Estrutura
- Preferências do consumidor, Cultura organizacional e Identidade

CONCEITOS DE DESIGN

- O design é uma atividade de solução de problemas
- O design é uma atividade criativa
- O design é uma atividade sistemática
- O design é uma atividade de coordenação
- O design é uma atividade cultural e artística

2 Citação indireta | Conceito de Gestão por Resultados. Disponível em <<https://blog.contaazul.com/gestao-por-resultados/>>

Mesmo sem compreender no início o que eu de fato estava me propondo a fazer, uma coisa era certa: essa página seria uma das minhas personas¹. Por definição, o termo persona significa "máscara", e tem origem no teatro grego, onde cada ator utilizava uma máscara para construir seu personagem. Na prática, isso significa que a página Nintendólatras seria minha representação na internet quando o assunto fosse videogames, e que consequentemente, eu, como dono da fanpage, seria conhecido como "o Nintendólatra". Sempre tive a intenção de expandir a marca também para outras redes como o YouTube, onde eu pudesse ser ouvido por aqueles que mostrassem interesse no assunto.



CRIANDO POSTAGENS

Antes de criar algo, gosto de ter contato com o tema que vou abordar – normalmente algum herói dos games, como previamente estabelecido. Além de viver a experiência do game em que tal herói se encontra, também leio livros relacionados ao assunto, vejo vídeos e ouço até mesmo as trilhas sonoras para mergulhar profundamente nesse universo.

O público da Nintendólatras é, em sua maioria, composto por pessoas com mais de 30 anos – segundo informações oferecidas pelo Facebook –, que estão atrás de conteúdo nostálgico sobre seus heróis favoritos dos videogames, personagens que fizeram parte de sua infância. Passo horas jogando para conseguir compreender como esses personagens funcionam, o que os leva a ser como são.

Diferente dos livros – em que somos passivos perante a história que está sendo contada –, nos games, tomamos o lugar do protagonista, sentimos aquilo que ele sente e vivemos aquilo que ele vive. Isso contribui para a existência de uma conexão muito maior entre personagem e jogador, e é exatamente essa sensação que busco transmitir em minhas postagens.

Obviamente, nem todas as postagens precisam ter um tom sério, muitas vezes usar de humor é a melhor forma de entreter o público. O Mario, em 30 anos desde sua criação, nunca havia aparecido sem camiseta em um jogo até o trailer anúncio de Super Mario Odyssey, onde o personagem aparece na praia usando apenas bermuda. Claro que eu não ia perder a oportunidade de transformar isso em uma piada. As postagens que criamos se mostraram bastante populares e viralizaram na internet.

POSTAGEM FAMOSA

Em meados de 2015, brincamos com um fato no mínimo curioso: o Homem-Aranha não poderia – pelo menos na época – participar de filmes da Marvel Studios ao lado dos Vingadores. Explicando em miúdos, a Marvel – que hoje pertence à Disney –, vendeu durante os anos 1990 os direitos de utilização de alguns dos seus personagens no cinema, entre eles o Homem-Aranha, que foi adquirido pela SONY. Existia um grande clamor dos fãs para ver o cabeça-de-teia lutar ao lado dos Vingadores, mas por conta da venda do personagem isso não poderia acontecer – fato que logo se transformou em uma grande piada.

Aproveitando a popularização da piada, criamos uma publicação onde o Homem de Ferro – o líder dos Vingadores –, convidava Link – protagonista da franquia de jogos The Legend of Zelda –, para participar dos Vingadores, enquanto o Homem-Aranha observava de longe, triste por não poder fazer parte da equipe de super-heróis.



Figura X – Postagem da Nintendólatras sobre Mario sem camisa

A imagem rodou as redes sociais e, em apenas um dia, atingiu mais de 28 mil curtidas. A fórmula começou a ser utilizada em outras páginas, sempre mostrando o Homem de Ferro convidando algum outro personagem para fazer parte dos Vingadores enquanto o Homem-Aranha lamentava, mas foi na Nintendólatras que a piada

nasceu. Eventualmente a Marvel Studios e a SONY chegaram a um acordo, e atualmente o Homem-Aranha faz parte do Universo Cinematográfico da Marvel.



Figura X – Postagem sobre Homem-Aranha não poder participar dos Vingadores

INFLUENCIADOR DIGITAL

O nome dado àquele que constrói um público fiel na internet é "influenciador digital". Assim como clássicas e outrora almejadas profissões – como médico, bombeiro, jogador de futebol, professor ou advogado –, ser um influenciador digital é atualmente o sonho de muitos, principalmente pelo fato de que ter reconhecimento na internet tem se mostrado extremamente lucrativo, já que marcas costumam fazer negócios com influenciadores digitais com o objetivo de atrair o público do mesmo.

Todo esse universo ainda é muito recente, a grande explosão do digital ocorreu há apenas alguns anos e, por conta disso, o sucesso nesse meio ainda é ditado muitas vezes por sorte, timing e rentabilidade – seu conteúdo, mesmo sendo de qualidade, pode não ser reconhecido por nenhuma marca se não for passível de gerar retorno financeiro.

A possibilidade de fama e contato com grandes marcas começou a atrair a atenção de pessoas ambiciosas e, muitas vezes, de moral duvidosa. Surgiram serviços de venda de seguidores e curtidas, além de outras táticas para ganhar popularidade rapidamente, como formatos apelativos (desafios, por exemplo) e clickbaits – títulos enganosos em vídeos e publicações, prometendo um conteúdo muito mais empolgante e atrativo do que realmente é.

O problema com todas essas estratégias é que as marcas não estão atrás de qualquer um que tenha muitos seguidores, mas sim de criadores de conteúdo que tenham uma base de fãs fiel; apenas números não bastam.

Eventos com web celebridades da moda, de beleza e de games formam filas. Mesmo assim, não deixa de ser arriscado para a marca apostar nesses nomes, afinal investir na imagem de uma pessoa pode ter resultados negativos.

O influenciador em questão pode ser rapidamente deixado para trás e esquecido pela internet caso se mostre, por exemplo, incapaz de se renovar. Em outra situação hipotética, basta uma única declaração polêmica para toda a influência de uma dessas celebridades da internet desaparecer do dia para a

nem sempre a palavra do seu YouTuber favorito será a última que você vai escutar antes de tomar uma decisão. Algo de fato mudou no decorrer do tempo é a relação do público com os astros da TV. As personalidades nascidas no YouTube são hoje mais relevantes e têm mais influência que as celebridades originadas na televisão, prova disso é o ranking do pesquisas.com.br, que mostra no topo duas influenciadoras digitais.

Outro fator determinante para o sucesso das ações de marketing que estampam o rosto de influenciadores digitais é a capacidade de converter toda essa influência em vendas. De acordo com a pesquisa "Influenciadoras Digitais e o mercado de Beleza", 42% das mulheres entrevistadas já compraram algum produto indicado pelas YouTubers, e 40% dizem que considerariam comprar um produto recomendado por influenciadores.

Cenário diferente daquele visto com celebridades da TV, que hoje dividem espaço e até mesmo perdem em relevância para as concorrentes digitais.

Levando todas essas informações em consideração, grande parte do varejo e da indústria já abriu o olho para a internet. Prova disso foi a realização, pelo segundo ano consecutivo, de uma série de ações voltadas para as influenciadoras digitais durante a Beauty Fair – a segunda maior feira de beleza do mundo. A própria organização do evento criou um evento paralelo para "as meninas", como se refere, respeitosa e carinhosamente, Edilaine Godoi, Gerente de E-Commerce do Ikesaki, empresa dona da feira. "Elas estão movimentando o mercado e tem grande poder", comentou. Medir esta força, desenvolver estratégias assertivas voltadas para essas personalidades e gerar vendas é o tripé que o mercado busca se sustentar.



noite. Sair estampando o nome, o rosto ou o slogan da primeira blogueira que aparecer pela frente não é garantia de sucesso, e as marcas sabem disso – algo que foi confirmado pela pesquisa "Influenciadoras Digitais e o mercado de Beleza"3, desenvolvida pelo pesquisas.com.br.

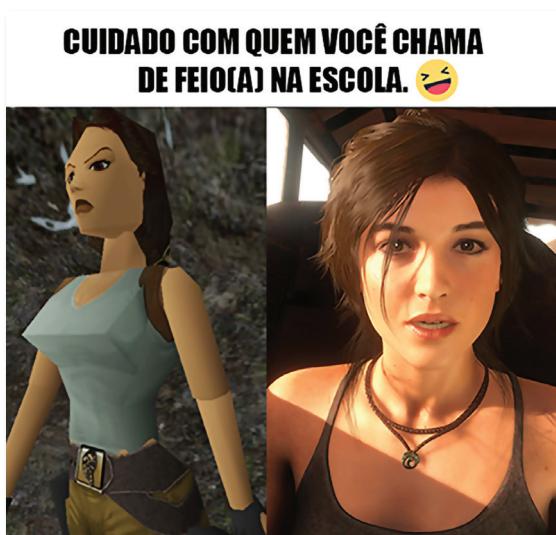
Mesmo com grande poder sobre seu público, as web celebridades ainda são menos influentes do que dois grupos: especialistas no assunto em questão e familiares ou amigos, ou seja,

MONTAGENS DIGITAIS

Nesses 4 anos e 7 meses, mais de 15 mil postagens foram criadas. Abaixo se encontra uma coletânea das melhores publicações da Nintendólatras, assim como algumas artes criadas por mim⁴, inspiradas nos heróis dos videogames.



Figura X - Deadpool quebrando a 4^a parede (e me zoando no Twitter)



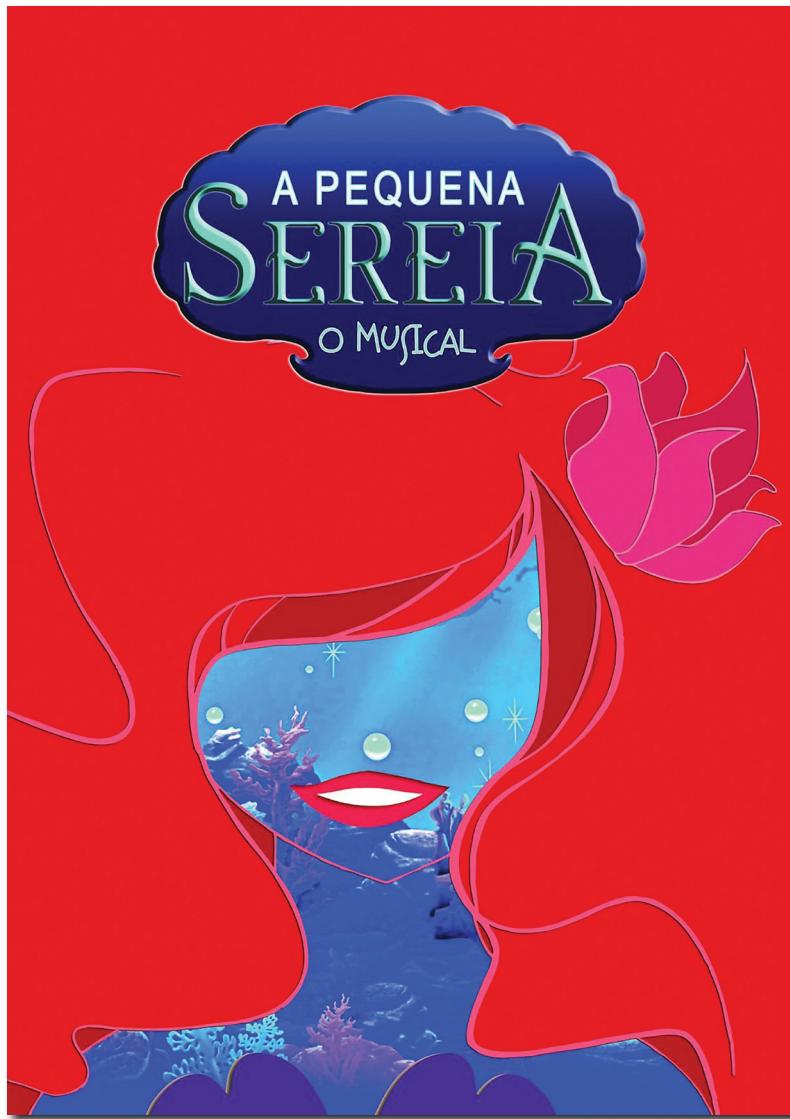


Figura X - Montagem de Ariel, a sereia
Reprodução: Cartaz e colagem (2014)



Figura X - Amor de uma vida
Colagem criada no Photoshop (2016)



Figura X - Montagem de Ariel, a sereia





Figura X - Deadpool
Desenho digital (2017)

Figura X – Logan: Arrependimentos
Sketch em A4 e grafite (2017)



Figura X - Hot Ryu
Grafite (2017)



Scorpion: Espectro Infernal
Ilustração digital (2017)



EX Libre 2016



Figura X - Sereia
Intervenção com silhueta vazada e desenho digital (2017)



O Dêmonio de Hell's Kitchen 2017 – Nanquim e canetinhas

23 DE DEZEMBRO LANÇAMENTO OFICIAL

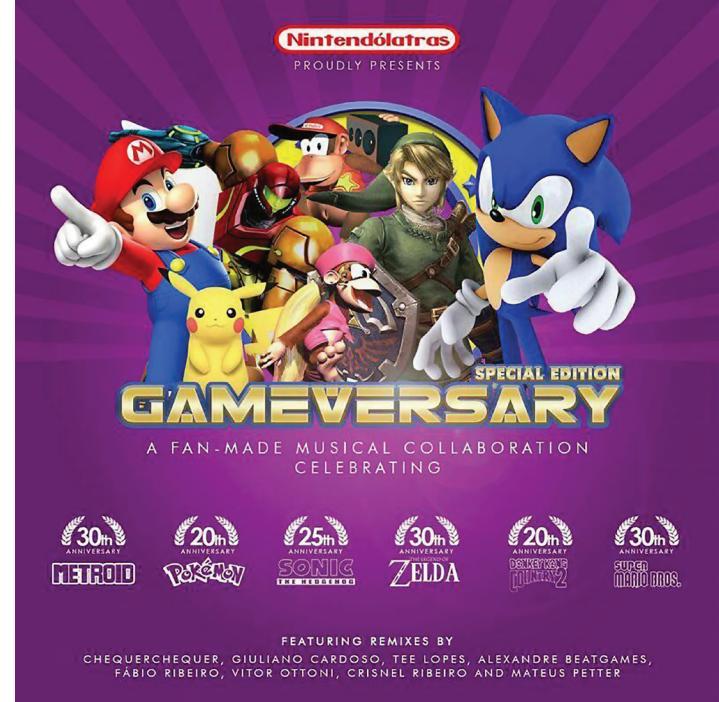


Gameversary 2 – CD elaborado por mim e amigos músicos com temas de games

LINK PARA DOWNLOAD GRATUITO NA DESCRIÇÃO



Gameversary 2 – Imagem de divulgação



Gameversary Special Edition (volumes 1 e 2) físico



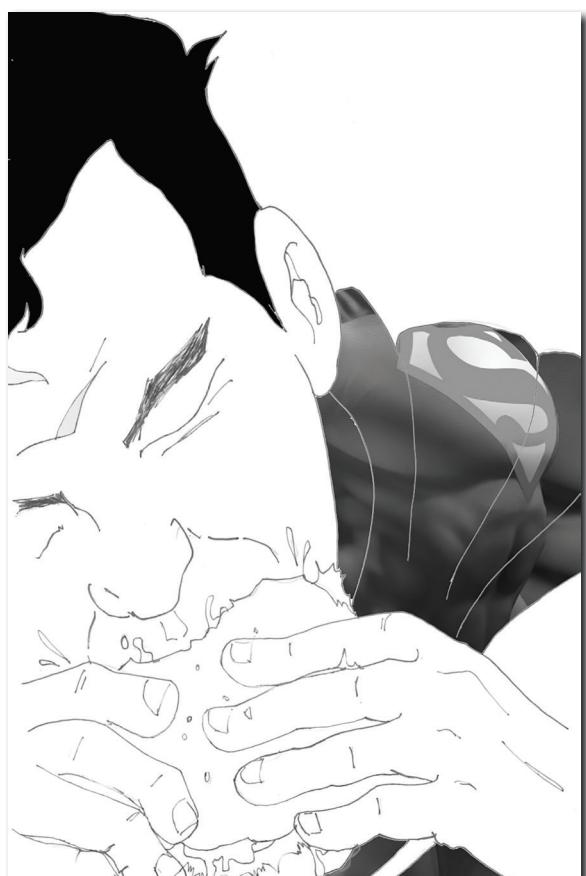
Figura X - Nuno o deus das águas – Namquim 2017



Chaplin Tipográfico - 2015



Fotografia de recorte e colagem com restos de papel - 2014





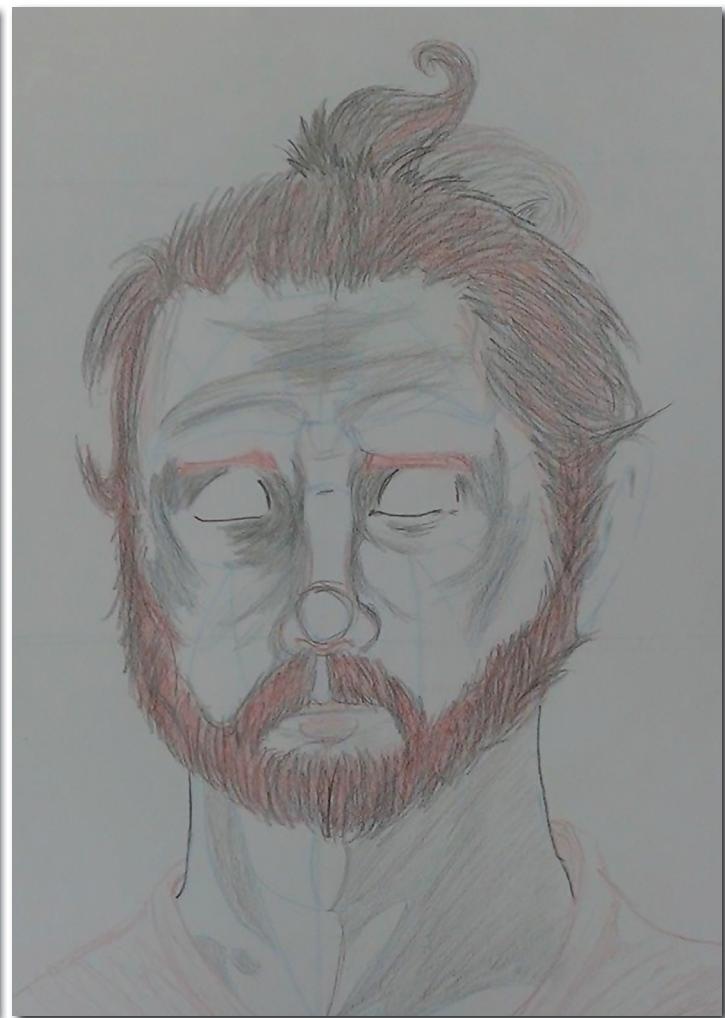
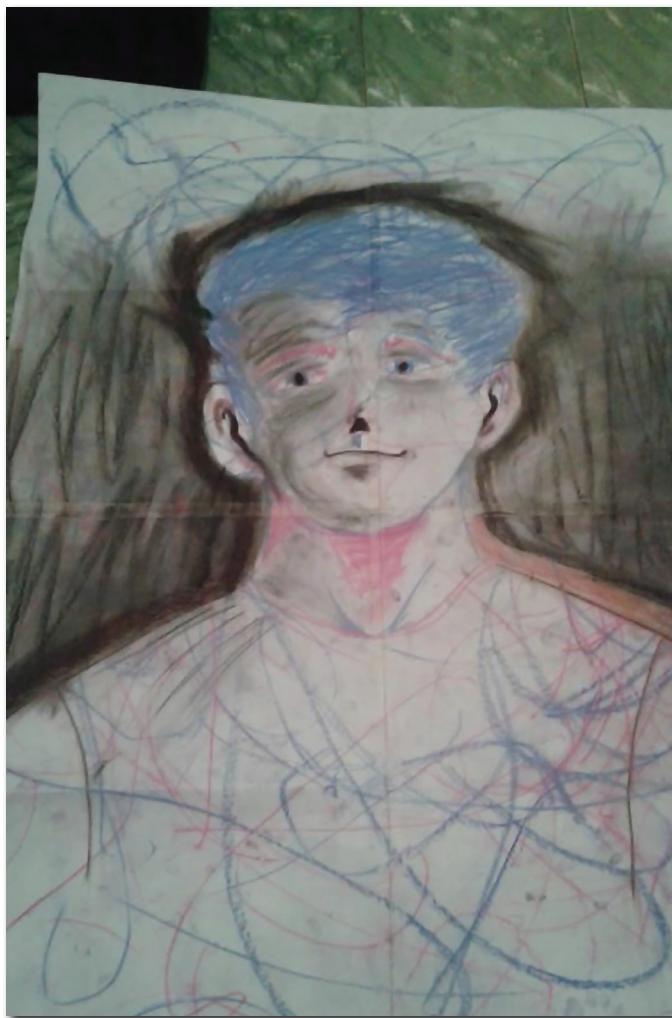
Recorte e colagem - 2014

Desenho Tipográfico



Maquete 'Aracninho' - 2015





Desenho corporal com giz de cera - 2015



POSTAGENS NO MEIO DIGITAIS



Nintendólatras

Desejamos a todos um ótimo dia da independência.

13 curtidas 13 comentários

13 compartilhamentos 4 comentários

Erick Bentes kk muito bom xD
Curtir Responder · 7 de setembro às 15:23

Samuel Pereira Independencia ou Hyaaaa
Curtir Responder · 1 · 7 de setembro às 20:24

Maicon Gonçalves Passa o link * 3*
Curtir Responder · 7 de setembro às 15:23

Daniel Feitosa Se o link n demorar com as missões secundárias aí dá para ele nos dá a independência contra o ganon
Curtir Responder · 8 de setembro às 00:52

Escreva um comentário...

#Ike

Chama todo mundo menos você Homem Aranha kkkkk
Curtir >> Nintendólatras — com Matheus Henrique, Johnny Santos e Maxwell Henrique.

11.377 compartilhamentos 699 comentários

Nintendólatras

PRESS START

FILHO DA PUTA

CHAMOU ATÉ O ZELDA

Amei · Responder · 64 · 11 de março de 2016 às 22:47



Se tivesse apenas uma vida...



Quem você resgataria?

Nintendólatras

Curta Nintendólatras e Gamedólatras

Nintendólatras

Queria ter mais 1ups ...
Curta: Gamedólatras

Curtir **Comentar** **Compartilhar**

1326 **Comentários mais relevantes**

1 compartilhamento **14 comentários**

Jonatan Parker A Daisy é mais carismática, a Peach só sabe ser sequestrada e falar "MARIO", e a Rosalina só vive no mundo da lua! Claro que a Daisy
Curtir **Responder** · 1 · 9 de setembro às 16:02

Daniel Vitor Santos Escolheria a Daisy
Pois a Peach se deixa ser levada pelo Bowser e a Rosalina eu não conheço muito bem
Curtir **Responder** · 11 de setembro às 16:15

Ieda Martins Salvaria porra nenhuma, viraria pra trás agarra o Mario e o Luigi e ia embora 😊
Curtir **Responder** · 10 de setembro às 23:15

Escreva um comentário... **Smiley icons**



Nintendólatras

Página curtida · 2 de setembro ·

Qual?

Curtir **Comentar** **Compartilhar**

744 **Comentários mais relevantes**

101 compartilhamentos **62 comentários**

Nintendólatras



Curtir **Responder** · 3 · 2 de setembro às 22:44

Gabriel Victor Só fala mau de Mário 64 quem não
tava a tinta que levar crash Bandicoot 😂 QA

Escreva um comentário... **Smiley icons**

Curta Nintendólatras e Gamedólatras

Nintendólatras



A INFLUÊNCIA DOS HERÓIS NA VIDA DAS PESSOAS

A curiosa atração que as crianças têm pelos super-heróis tem despertado a atenção de diversos pais e estudiosos e, com isso, vários questionamentos têm surgido em relação ao assunto. Afinal, o que é mostrado nos desenhos, jogos de videogame e nas histórias em quadrinhos tem a ver com a vida real? E mais: até que ponto eles ajudam na formação da garotada? Especialistas alertam para os cuidados, mas também tranquilizam os pais.

A Mattel do Brasil, em parceria com o instituto GFK Indicator, realizou uma pesquisa⁵ com meninos de seis a dez anos para entender qual função que a fantasia e, em particular, os heróis, ocupam no imaginário infantil. "O estudo revelou, entre outras conclusões, que esses personagens têm papel essencial na formação das crianças, incentivando valores como a ética, coragem e humildade", explica Lidia Aratangy, psicóloga responsável pelo questionário.

De acordo com a observação da especialista sobre os resultados, os heróis estimulam nas crianças virtudes como a coragem de enfrentar desafios, vencer os medos, proteger os mais fracos, defender ideais e combater o inaceitável. Nesse cenário, eles representam os atributos que os humanos mais admiram em si próprios. "Mais do que ídolos, são modelos a serem respeitados e imitados. No entanto, não são desprovidos de medo e, justamente por isso, são fonte de



coragem", diz Lídia. Porém, nos dias de hoje, alguns dos heróis, como o Ben 10 e o Naruto, se comparados com os criados há mais de 40 anos, como o Homem-Aranha e o He-Man, são mais 'monstruosos' e não apresentam a tradicional 'cara de herói'. "Isso não interfere em nada, já que a proposta é a mesma, mas repaginada de modo a atender a linguagem e o perfil da época atual.

Se um herói dos anos 50 falasse em um telefone que não tivesse fio seria o máximo. Hoje não haveria

impacto", garante Maria Irene Maluf, pedagoga especialista em educação especial e psicopedagogia.

Vale ressaltar que, mesmo a criança se espelhando num herói desenvolvido pela mídia, o ideal é que o maior e melhor 'super-herói' seja alguém da família, como o pai e a mãe. "A família é que inaugura essa relação onde se instala o modelo admirado e imitado. Qualquer outra forma em que a criança reconheça esses heróis, por suas características positivas, ela sempre terá como base o que foi ensinado pelos pais", ensina Maria Irene.

No jogo The Legend of Zelda, somos apresentados à Link, o herói do reino de Hyrule, que tem por objetivo principal salvar a princesa Zelda das garras do maligno rei demônio Ganon.

O personagem nunca fala – apenas emite sons durante as batalhas, ou para demonstrar dor e cansaço –, e essa foi uma escolha consciente de design, pois um protagonista silencioso acaba se tornando uma espécie de avatar para o jogador – sua representação dentro do jogo –, o que aumenta ainda mais a imersão.

Link é um excelente exemplo de herói que influencia a forma como que o jogador se sente. Estar na pele de um guerreiro honrado, que não descansará até conseguir salvar seu reino, cria uma conexão emocional entre o jogador e o jogo – não é atoa que The Legend of Zelda é uma das franquias mais adoradas de todos os tempos, e Link um dos personagens mais icônicos do mundo dos games.

OS HERÓIS E AS FIGURAS DA MITOLOGIA

Baseados na mitologia⁶ cristã, vários anjos aparecem em muitas das histórias da Marvel. Normalmente heróis, os personagens vêm para a Terra à caça de demônios. Existe também uma raça de mutantes descendentes diretos dos anjos, criados por Yahweh, entidade mitológica responsável pelo surgimento das três principais religiões vindas de Abraão.

No submundo, apesar de existirem vários nas diferentes mitologias, o inferno cristão se tornou o mais conhecido. Diversos vilões das HQs batalham pelo título de Diabo, líder supremo. Entre essas divindades, temos Mefisto, Hela, Coração Negro, Dormammu e Marduk Kurios.

Já nas páginas da DC, uma comparação polêmica leva o Super-Homem ao nível de Jesus. Com a mesma idade, ambos são filhos de um ser supremo, fora da Terra, adotados por um casal simples e bom, com quem aprendem sobre o mundo, para um dia então salvá-lo.

É fácil confundir o anti-herói com o vilão, já que ambos possuem qualidades morais negativas – como raiva, desprezo e egoísmo –, mas fora isso, vilões e anti-heróis são completamente diferentes um do outro. O anti-herói é o personagem à qual faltam os atributos físicos ou morais geralmente atribuídos aos heróis. Ele é mesquinho, menospreza a opinião alheia, é irônico e possuem certo desprezo pelas normas comuns da sociedade, mas não é necessariamente cruel em sua essência. Um exemplo de anti-herói seria o Deadpool⁷, personagem mercenário, irônico e de moral duvidosa, mas que normalmente não tem a intenção de fazer nenhum mal.

A grande diferença entre o anti-herói e o vilão é a falta de empatia do segundo, o que o torna menos humano perante o olhar do público. Não importa quanto tempo ele fique preso ou

quantas segundas chances receba, não haverá redenção. O vilão é um megalomaníaco que tem como motivação principal promover o caos e, essencialmente, confrontar o herói. O anti-herói pode até confrontar o herói, mas esse nunca é seu objetivo principal.

Assim como na vida, temos a tendência de julgar rapidamente os personagens de uma história. A primeira impressão é responsável por diferenciar mocinhos e vilões, mas a vida não é preto no branco. Se até mesmo em filmes infantis existem personagens multifacetados, em livros, filmes, histórias em quadrinhos, séries e videogames eles são essenciais para dar profundidade a narrativa.

O anti-herói pode ser confundido em alguns momentos o vilão por possuir traços de vilania, mas em sua essência ele é diferente. O vilão é a representação máxima do mal, enquanto o anti-herói é a representação da realidade. Ele faz escolhas que muitas vezes podem ser consideradas questionáveis, mas no final das contas ele é um ser humano, e assim como nós ele erra, aprende e cresce através de suas escolhas. Todo esse dilema interno faz com que,

muitas vezes, se identificar com um anti-herói seja até mesmo mais fácil do que com determinados heróis.

Na franquia Harry Potter, por exemplo, a divisão entre herói, vilão e anti-herói é bem clara: Harry é o herói, Voldemort é o vilão e Snape o anti-herói. Desde o primeiro livro, Harry Potter e a Pedra Filosofal, Severus Snape é apresentado como um personagem dúvida. Snape tem a aparência, o discurso e as atitudes moralmente questionáveis de um vilão. Além disso, ele por diversas vezes confronta o herói. Por ser um personagem misterioso, somos levados – assim como o Harry – a definir Snape como um vilão.

Ao longo dos livros, pinceladas da biografia de Snape são apresentadas, e através delas passamos a compreender que aquele personagem não é tão diferente assim de alguns dos mocinhos. Ele é corajoso, inteligente, tem senso de humor e liderança. Mas é apenas quase no final do último livro, Harry Potter e as Relíquias da Morte, que é apresentada a prova final de que Snape não é um vilão: ele é capaz de amar. Vegeta, Artemis Fowl, Damon Salvatore e Heathcliff são exemplos de personagens que, assim como Snape, também são confundidos com vilões.





PROBLEMATIZAÇÃO: OS MALES CAUSADOS PELAS REDES SOCIAIS

Por Ercilia Simone D. Magaldi⁸ Carl Jung afirma que o mal tem existência real. Muitas religiões também fazem essa mesma afirmação. Não podemos negligenciar essa premissa. Em alguma instância, consciente ou inconsciente, ele está em nós e sua atuação pode ser devastadora.

As relações pessoais se dão entre as consciências, mas também acontecem no âmbito do inconsciente e de forma cruzada do inconsciente de um para a consciência do outro. Assim,

vão além do perceptível, e muito do que acontece quando interagimos com as pessoas foge do domínio da consciência.

Dessa maneira algumas vezes podemos afetar inconscientemente o outro, despertando e ativando algum complexo com grande potencialidade maléfica. E isso pode acontecer mesmo quando a relação com o outro não estava, aparentemente, ligada ao núcleo emocional do complexo. Mas, mesmo assim, quando ativado contamina todo o entorno relacional, por conta dos seus aspectos psicóides e transpessoais. Atualmente, com os recursos tecnológicos e a velocidade das comunicações, esses complexos podem ser transformados em armas de destruição psíquica, podendo levar até mesmo ao suicídio.

Nos consultórios estamos recebendo, cada vez mais, queixas e relatos de situações de invasão de privacidade, exposição abusiva e até bulling, advindos das comunicações nas redes sociais, produzindo muito sofrimento familiar.

A consequência disso afeta o rendimento escolar, a autoestima e o equilíbrio emocional, produzindo situações de desespero e desejo de fuga. As escolas raramente conseguem amparar seus alunos e familiares, independente da faixa etária, porque essa realidade está atingindo, assustadoramente, crianças na tenra idade. E isso independe da condição sócio econômica e cultural.

Por outro lado, surpreendentemente, está avolumando as ocorrências de crianças e jovens, sem o conhecimento dos seus familiares, expondo-se sexualmente nas redes sociais. Numa espécie de desafio e ousadia, esse ato impulsivo e inconsequente, provavelmente visa, inconscientemente, uma forma de autoagressão talvez pela impossibilidade de agredir, indiretamente, mas alguém que, na percepção do jovem, o agride. Tudo isso pela falta de diálogo reflexivo.

Também os adultos estão usando e abusando das redes sociais para denegrir pessoas e instituições em quem projetam suas sombras. Uma maneira bastante infantilizada de não enfrentar neles mesmos aquilo que os incomoda. Isso demonstra como as redes sociais servem de máscaras para que os indivíduos possam esconder-se e assim constelar o mal que neles habita através desses instrumentos de comunicação.

Lamentavelmente esses meios de comunicação como Facebook, WhatsApp ou Instagram, tanto podem ser usados para unir, promover pessoas como para destruí-las. Tudo depende do caráter, do mal daqueles que fazem uso desses meios. Há uma legislação delimitando uma idade mínima de treze anos para o uso das redes sociais, mas a maioria dos países não segue essas normas e isso é lamentável. O acesso prematuro das crianças a esses meios de exposição, além dos riscos acima descritos, estimula um narcisismo precoce. Os adultos que usam as redes sociais para projetarem suas sombras de maneira inconsequente e narcisista acabarão por afogarem-se na Fonte de Téspias, porque esse é o destino daqueles que não se conhecem.

REFERÊNCIAS

MOZOTA, Brigitte Borja de; KLÖPSCH, Cássia; COSTA, Felipe C. Xavier da. Gestão de Design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2011.

WEST, Harry; COUTINHO, André. Business Design. Harvard Business Review. Disponível em: <<http://www.hbrbr.com.br/materia/business-design>>. Acesso em: 05 Jan. 2013



