

**Revista Científica Di Fatto, ISSN 2966-4527. Edição 5. Ano: 2025.**

**Submissão em:** 31/07/2025

**Aprovação em:** 07/08/2025

**Publicado em:** 07/08/2025

**Disponível em:** <https://revistadifatto.com.br/artigos/a-influencia-das-revistas-games-no-mundo-de-design-grafico/>

## **A influência das revistas games no mundo de design gráfico**

### **Maxsuell Aquiles**

Maxsuell Aquiles Information Technology | Designer | Software Engineer | Cyber security Hello, I'm Max. I'm a student of Graphic Design, programming and hacking. Aracaju, Sergipe, Brazil Summary Olá! Sou Max, e estou imerso no mundo do Design Gráfico, programação e hacking. Sempre fui apaixonado por criar e entender como as coisas funcionam, e é exatamente isso que me impulsiona. No design, busco transformar ideias em visuais marcantes; na programação, me empolgo em resolver problemas e construir sistemas; e no hacking, adoro explorar e aprender mais sobre segurança digital. Estou constantemente em busca de novos desafios e oportunidades para crescer e inovar. Se você também é apaixonado por tecnologia e design, vamos trocar ideias! --- Hello! I'm Max, and I'm immersed in the world of Graphic Design, programming and hacking. I've always been passionate about creating and understanding how things work, and that's exactly what drives me. In design, I seek to transform ideas into striking visuals; in programming, I get excited about solving problems and building systems; and hacking, I love exploring and learning more about digital security. I am constantly looking for new challenges and opportunities to grow and innovate. If you are also passionate about technology and design, let's exchange ideas! Experience Start Digital Company Estagiário de design gráfico February 2024 - Present (1 year) Aracaju, Sergipe, Brasil Working as graphic design for visual identity, social media posts and UX/UI. Page 1 of 2 Sociedade Vegetariana Brasileira - SVB Voluntário July 2024 - September 2024 (3 months) Atuei como voluntário na ONG Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), onde contribuí de forma ativa na gestão dos meios de comunicação digitais, incluindo a criação e publicação de conteúdo para redes sociais, além de apoiar no planejamento e organização de eventos. Minha participação envolveu desde a divulgação estratégica até o suporte logístico, sempre com foco em promover os valores e objetivos da instituição.

### **Gustavo Canuto**

Graduando do 2º período no Curso de Educação Física da Universidade Tiradentes-UNIT; e-mail:gustavocamposg49@gmail.com Conhecimento avançado em musculação e esportes como basquetebol, futebol, handebol, etc. Inglês intermediário e Espanhol Básico

### **Mylena Canuto dos Santos**

Mylena Canuto dos Santos Aracaju – SE | 18 anos (79) 99873-1208 | mylenacanutosantos@gmail.com Formação Psicologia | Universidade Tiradentes – Previsão: 2029.2 Experiência Colégio Jardins (2025) – Apoio a crianças neurodivergentes, atividades adaptadas e cartilha sobre inclusão.

### **João Daniel Meyer Pitta Macedo**

Estudante de fisioterapia, pacote office e boa comunicação.

### **Iasmin Gabriela Lima de Souza**

Brasileira, 18 anos, graduanda em Psicologia (UNIT). Busca atuar na promoção da saúde mental, com foco em acolhimento e intervenção em contextos de vulnerabilidade social. Atua desde 2021 em projeto de extensão no Colégio Jardins, promovendo inclusão e desenvolvimento socioemocional. Possui cursos complementares, inglês básico e experiência com voluntariado. Destaque acadêmico com premiações por desempenho e comportamento.

## **Resumo**

Este artigo explora a influência do design gráfico na evolução das revistas de games, desde os primeiros exemplares impressos até as publicações digitais mais recentes. Ao analisar capas icônicas, layouts internos, tipografia e uso de cores, o texto mostra como o design não apenas atrai leitores, mas também molda a identidade visual e cultural dessas revistas ao longo das décadas. A proposta é destacar o papel do design como elemento essencial na experiência de leitura e no fortalecimento do vínculo emocional com o universo dos games.

**Palavras-Chave:** Palavras-chave: Design de revistas games. Games. Revistas. Layouts.

### ***Abstract***

*This article explores the influence of graphic design on the evolution of gaming magazines, from the first printed issues to the most recent digital publications. By analyzing iconic covers, internal layouts, typography and use of colors, the text shows how design not only attracts readers, but also shapes the visual and cultural identity of these magazines over the decades. The aim is to highlight the role of design as an essential element in the reading experience and in strengthening the emotional connection with the gaming universe.*

**Keywords:** *Keywords: Game magazine design. Games. Magazines. Layouts.*

## **1 INTRODUÇÃO**

O universo dos games não se limita apenas aos consoles e computadores; ele transborda para diversas mídias, incluindo o mercado editorial. As revistas de games, especialmente, desempenharam um papel fundamental na difusão da cultura gamer, influenciando gerações por meio de seu conteúdo visual e editorial. Este artigo tem como objetivo analisar a influência do design gráfico nesse segmento, evidenciando como capas impactantes, tipografias ousadas, paletas de cores vibrantes e layouts criativos foram essenciais para atrair leitores e consolidar a identidade das publicações. Além disso, será abordada a relevância de editoras como Galera Record, Panini Comics e Editora Europa, bem como a adaptação de franquias de jogos para livros, mostrando como o design continua a ser um elo entre o impresso, ou digital e o imaginário gamer. Ao compreender essa evolução, é possível perceber como o design gráfico não apenas acompanha, mas molda a experiência e o vínculo emocional dos leitores com o universo dos jogos.

Ao longo das décadas, as revistas de games se tornaram muito mais do que simples fontes de informação sobre lançamentos e dicas de jogos. Elas passaram a refletir a evolução estética e cultural dos próprios jogos, adaptando-se aos avanços tecnológicos e às mudanças no gosto dos consumidores. O design gráfico se torna, assim, um elemento essencial não apenas para atrair leitores, mas para reforçar a narrativa visual e a experiência imersiva proposta pelos jogos. As capas, por exemplo, não só funcionam como uma “vitamina visual”, mas também como uma forma de comunicação direta com o público, estabelecendo conexões emocionais através de elementos gráficos que evocam a atmosfera de títulos icônicos.

Além disso, a transição das publicações impressas para o digital trouxe novos desafios e oportunidades para o design gráfico no mercado editorial de games. As revistas digitais oferecem uma interação mais dinâmica, com a possibilidade de incluir animações, vídeos e links, expandindo as possibilidades criativas. No entanto, o impacto visual e a identidade cultural construídos ao longo dos anos nas publicações impressas continuam a influenciar o design contemporâneo das revistas digitais. Este artigo busca não apenas observar essa transformação, mas também refletir sobre como o design gráfico, ao longo de sua evolução, tem contribuído para moldar e perpetuar a cultura dos games nas páginas das revistas, influenciando a percepção do público sobre o que constitui um “jogo” em um contexto mais amplo.

## **2 MERCADO EDITORIAL DE GAMES**

O mercado editorial de games é o setor econômico que envolve a produção, monetização e pós-venda de jogos digitais. O mercado editorial de games no Brasil tem mostrado crescimento e diversificação nos últimos anos, refletindo a crescente popularidade dos jogos eletrônicos e da cultura nerd no país. Adaptações Literárias de Jogos Eletrônicos

Editoras brasileiras têm investido na publicação de livros baseados em franquias de jogos populares. Um exemplo notável é a série “Assassin ‘s Creed”, publicada pela Galera Record, que vendeu mais de 1,5 milhão de exemplares em apenas três anos no Brasil, superando mercados como Inglaterra e Alemanha. Esses números indicam uma forte demanda por conteúdos que expandem os universos dos jogos, atraindo tanto jogadores quanto novos leitores. Com fantasia, magia, representatividade e diversidade, a Galera Record é a casa de Cassandra Clare, Sarah J. Maas, Colleen Hoover, Holly Black, Jennifer L. Armentrout, Angie Thomas e muitos outros autores.

Criada em 2007, rapidamente se tornou o selo jovem de maior expressão do país. Conhecida como a casa da fantasia, reúne em seu catálogo os maiores nomes do gênero, além de ter como um de seus objetivos levar narrativas que proporcionem representatividade e diversidade, para que todo jovem leitor possa se sentir reconhecido dentro das histórias que ocupam sua estante. A proposta da Galera era, e continua sendo, atender o público de 12 a 20 e muitos anos leitores ávidos por novidades que falem a sua língua e retratem temas com os quais se identifiquem.

Figura 1 – Revista Ação Games.



Fonte: Site da ação games

## 2.1. GALERA RECORD

A Panini Comics é uma divisão do grupo editorial italiano Panini, fundada em 1994 sob o nome “Marvel Italia”. Com sede em Modena, Itália, a empresa publica quadrinhos em diversos países, incluindo Argentina, Brasil, Chile, França, Alemanha, Hungria, Itália, México, Peru, Portugal, Espanha e Reino Unido. Além disso, distribui mangás em vários países não anglófonos por meio da divisão Planet Manga. Presença no Brasil

No Brasil, a Panini iniciou suas atividades em 1988, inicialmente focada na publicação de álbuns de figurinhas e livros ilustrados. Em 2002, expandiu seu portfólio para incluir quadrinhos da Marvel e DC Comics, com edições produzidas pela Mythos Editora. Desde 2011, a Panini é responsável pela publicação dos quadrinhos da Turma da Mônica, após firmar contrato com os Estúdios Mauricio de Sousa. A divisão Planet Manga também está presente no país, trazendo séries populares como “Dragon Ball”, “Naruto”, “One Piece” e “Bleach”.

Figura 2 – Panini Comics.





Fonte: Site da panini comics.

Era uma estrada larga e corria ao longo de magníficos bosques, onde predominavam os umbus balsâmicos, espalhando ao longe o perfume das flores abertas, os piquis, carregados de frutos, e as inesgotáveis mangabeiras. E acrescenta, em nota: (mangabeira) cujo fruto tem o sabor da maçã” (EMBRAPA, 2015, p. 84).

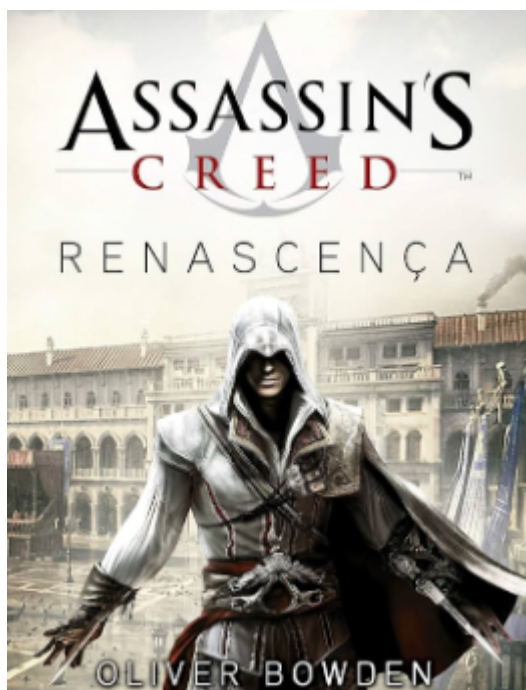
## **2.2. LIVROS BASEADOS EM JOGOS**

O Jogo Originário: Assassin ‘s Creed. O primeiro jogo da franquia Assassin ‘s Creed, lançado em 2007, foi criado pela Ubisoft Montreal, um dos principais estúdios da Ubisoft, uma das mais proeminentes empresas de criação de jogos do planeta. O conceito inicial do jogo era para ser uma continuação da série Prince of Persia, mas acabou evoluindo para uma nova franquia devido à sua temática singular.

O jogo ocorre num universo onde a trajetória humana é definida por uma batalha secreta entre duas facções: os Assassinos, que batalham pela liberdade e pelo direito ao livre arbítrio, e os Templários, que almejam ordem e domínio sobre a humanidade. A ideia envolve a utilização de um dispositivo conhecido como Animus, que possibilita aos utilizadores reviver as recordações genéticas de seus antepassados, investigando acontecimentos históricos autênticos com um elemento de ficção científica.

A popularidade do primeiro jogo resultou na formação de uma das franquias mais reconhecidas e duradouras do setor de jogos eletrônicos, com diversos jogos principais e spin-offs.

Figura 3 – Assassin ‘s Creed.



Fonte: Site da Ubisoft Games.

Assassin 's Creed: Renascença é o primeiro romance literário adaptado da franquia de jogos. Escrito por Oliver Bowden, o livro traz a história do famoso assassino Ezio Auditore da Firenze (Assassin 's Creed II) e foi lançado originalmente em 2009 pela Penguin Books na Inglaterra, e, posteriormente em 2010 pela Galera Records no Brasil.

Resident Evil: A Experiência e o Livro “A Conspiração”. Lançado em 1996 pela Capcom, Resident Evil transformou o horror survival com uma história cativante, um ambiente tenso e mecânicas revolucionárias. O jogo ocorre em Raccoon City, um local onde a empresa Umbrella realiza experimentos biológicos confidenciais.

O enredo segue a equipe S.T.A.R.S., que, ao investigar delitos assustadores, se vê aprisionada numa mansão infestada por zumbis e seres mutantes, batalhando para sobreviver e desvendar os mistérios da Umbrella. A popularidade do jogo fez de Resident Evil uma marca lendária, dando origem a sequências, spin-offs, filmes, séries e livros.

Figura 4 – Resident Evil.



Fonte: Site da Amazon.

A Conspiração: Resident Evil – O Livro”. Resident Evil: A Conspiração é o primeiro livro adaptado da série de jogos Resident Evil. Escrito por S.D. Perry, o livro conta a história do primeiro jogo da série, Resident Evil (1996), e foi lançado originalmente em 1998 nos EUA. No Brasil, foi publicado em 2013 pela editora Benvirá, com tradução de Gustavo Risk.

O livro acompanha a equipe S.T.A.R.S., focando em Jill Valentine, uma das protagonistas do jogo. A narrativa expande a história do jogo, adicionando detalhes sobre o passado dos personagens, cenas inéditas e uma imersão mais profunda no universo de Raccoon City. A trama se desenrola enquanto a equipe investiga assassinatos bizarros, levando-os a descobrir os horrores dos experimentos biológicos da Umbrella Corporation.

### 2.2.1 IDADE E MERCADO DE GAMES

Embora não haja dados específicos sobre as faixas etárias que consomem o mercado editorial de games no Brasil, é possível inferir tendências a partir do perfil dos jogadores de jogos eletrônicos no país. De acordo com a Pesquisa Game Brasil 2024, as faixas etárias mais representadas entre os gamers brasileiros são de 30 a 34 anos (16,2%) e de 35 a 39 anos (16,9%). As faixas de 20 a 24 anos e de 25 a 29 anos representam cada uma 14,6% dos jogadores. A PGB também analisou que o envolvimento dos jogadores tem a influência de diversos fatores, que vão desde motivações pessoais, necessidades e contextos de vida. A participação social, construção de identidade e a diversão fazem parte do estilo de vida dos gamers de jogos digitais no país.

Em alguns casos, o jogo digital é tão influente que se torna um produto físico, além da versão digital. Isso aconteceu com a franquia de games SPIDER-MAN, que, algum tempo depois do lançamento do game oficial, chegou às prateleiras em formato físico.

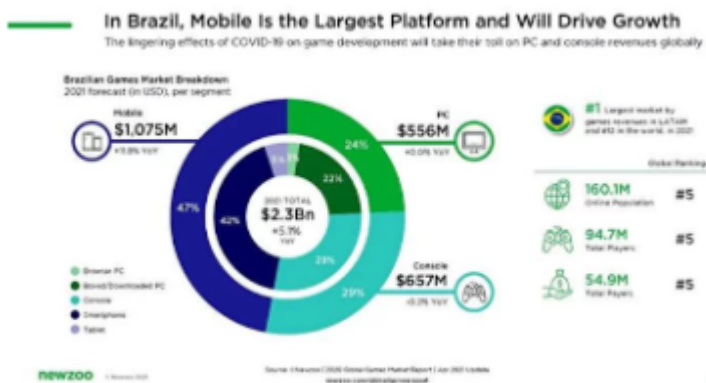
Figura 5 – Spider-man 2 revista.



Fonte: Site do O vício.

O mercado de games deve atingir receita global de US\$187,7 bi em 2024. Um estudo realizado pela Newzoo em agosto deste ano estima que o mercado global de jogos gerará receita de US\$187,7 bilhões em 2024, representando um crescimento anual de 2,1% e atingindo um número de players de 3,42 bilhões.

Figura 6 – Estatísticas Brasil.



Fonte: Site do newzoo.

Figura 7 – Mercado Global de Games.



Fonte: Site da boqnews.

O mercado de games cresceu de forma tão impressionante que superou a indústria da música e do cinema, tornando-se um marco gigantesco no entretenimento global. Esse avanço não apenas consolidou os jogos eletrônicos como uma das principais formas de lazer, mas também impulsionou a valorização do mercado editorial de games, expandindo seu alcance e influência na cultura pop e na mídia.

## 2.3 MERCADO EDITORIAL

O mercado editorial é o setor que envolve a produção e venda de livros e outros conteúdos, como e-books e audiobooks. É composto por editoras, livrarias e pontos de venda.

Vencedor de edital do MinC, ‘Winged’ foi lançado em janeiro de 2025 e tem como objetivo estimular a leitura a partir de jogo mobile; títulos pertencentes a grandes franquias, por outro lado, não vivem grande momento de vendas. Em um contexto em que a gamificação está gradativamente mais presente nas estruturas de interação digital, no mundo dos livros não é diferente. Ainda que livros de grandes franquias de jogos não vivam um momento áureo de vendas, o mercado editorial tem seguido a tendência de gamificar experiências literárias por meio de títulos e produtos variados. O mais novo exemplo desse movimento é o jogo mobile brasileiro Winged. A criadora Luciana Druzina e a equipe do game afirmaram ao PublishNews que uma sequência, Winged 2, já está confirmada. O diferencial da segunda edição será o protagonismo de obras nacionais, já que o jogo contará só com obras de escritores brasileiros. A produção estreou nas principais plataformas (Android e iOS) no dia 15 de janeiro de 2025 e tem como proposta misturar um jogo de aventura com uma experiência educativa de leitura. Winged está disponível em seis idiomas: português brasileiro, inglês, espanhol, alemão, francês, italiano e chinês (simplificado) e sai pelo preço de R\$4,90.

Figura 8 – Mercado Global de Games.



Fonte: Publishnews.

### 2.3.1 HISTÓRIA

O primeiro jogo comercial brasileiro conhecido foi o Amazônia, uma aventura em texto criado por Renato Degiovani e lançado em 1983. O jogo foi distribuído na revista MicroSistemas, com as linhas de código impressas para o usuário digitá-lo para jogar. Nessa primeira fase da indústria, desenvolvedores individuais e pequenos grupos faziam parte de uma rica comunidade de criadores de jogos para MSX, ZX Spectrum e Apple II, e, posteriormente, para os PCs com MS-DOS, distribuídos em revistas, fitas K7 e disquetes. Nesta época, a política de reserva de mercado, criada

pelos governos militares, impedia a importação oficial de microcomputadores e videogames. Foi uma era marcada por diversos clones de consoles globais e pirataria oficializada de software, pois não existiam meios para importação e exportação de jogos. Também havia contrabando de cartuchos de jogos para consoles clones desenvolvidos na Zona Franca de Manaus. Essa primeira fase da indústria não resistiu aos sucessivos planos econômicos e à hiperinflação dos anos 1980 e início dos anos 1990.

Enquanto os jogos da primeira fase da indústria eram desenvolvidos majoritariamente por desenvolvedores individuais, começavam a surgir grupos de desenvolvimento e empresas voltadas para o nascente mercado de distribuição de jogos em CD-ROMS. Em 1997, o jogo Guimo da Southlogic se tornou o primeiro jogo nacional documentado que foi distribuído internacionalmente pela Airsoft, na Alemanha. Já o Outlive, da Continuum, foi o primeiro jogo brasileiro distribuído em 2001 por uma grande publicadora, a Take-Two Interactive. A primeira publicadora brasileira foi a Brasoft, que iniciou as suas atividades em 1990, licenciada e distribuindo jogos internacionais no Brasil, de produtoras como LucasArts e Sierra Entertainment. Foi vendida para a Pi Editora no ano de 1998 e ficou marcada pela publicação de jogos baseados em propriedades da TV Globo, como Big Brother Brasil (2002) e No Limite (2002)

A Editora Europa é uma editora brasileira fundada em 1986 e que publica regularmente revistas temáticas, além de guias, livros ilustrados e literatura. A editora é responsável pela publicação da obra “O Melhor do Fotojornalismo Brasileiro”, com mais de dez edições, e que se transformou numa referência da produção do fotojornalismo brasileiro, revelando talentos fora do eixo Rio-São Paulo-Brasília.

Figura 9 – Revista PLAYGAMES.





Fonte: Site da Editora Europa.

Figura 10 – Revista SUPER-HERÓIS.



Fonte: Site da Editora Europa.



Entre as revistas de destaque da Editora Europa estão:

- Fotografia Melhor: Focada em técnicas e novidades no campo da fotografia.
- Mundo dos Super-Heróis: Dedicada ao universo dos quadrinhos e cultura geek.
- Viaje Mais: Oferece dicas e roteiros de viagens nacionais e internacionais.
- Vegetarianos: Aborda temas relacionados ao veganismo e alimentação saudável.

Além das revistas, a editora também é responsável por coleções como “História do Brasil em Quadrinhos”, que apresenta eventos históricos de forma ilustrada, tornando o aprendizado mais acessível e envolvente.

### **2.3.2 PESQUISA**

Gamificação: editoras investem em projetos lúdicos como ferramenta de estímulo à leitura. O mercado editorial brasileiro tem visto com mais atenção iniciativas “gamificadas”. Com escopos e formatos diferentes, os projetos se colocam dentro de um mesmo objetivo: o de melhorar a experiência do leitor enquanto usuário. De acordo com a Pesquisa Game Brasil, realizada em 2022, quase 75% da população é adepta dos videogames. A consultoria Newzoo divulgou que, em 2021, o Brasil teve uma receita de R\$ 11 bilhões no setor de games. Aplicativos, plataformas e livros-jogo são alguns dos exemplos recentes presentes no setor editorial brasileiro, com editoras cada vez mais investidas em oferecer produtos em formato gamificado, visando atingir não apenas aqueles que desejam iniciar o hábito de leitura, mas também leitores experimentados. Em 2023, o livro *A mandíbula de Caim* (Intrínseca), foi um dos destaques da Lista de Mais Vendidos do PublishNews. O livro físico tem relevante papel nesses produtos recém-lançados, que têm o jogo não como uma sobreposição ao livro, e nem ao conteúdo da leitura, mas como um fim em si mesmo.

A editora Intrínseca conta com casos de sucesso dentro do mundo dos livros-jogos, como *Destrua este diário*, que vendeu mais de 1 milhão de exemplares, o fenômeno do TikTok *A mandíbula de Caim* e o novo Moodle.

A gamificação é a aplicação de elementos de jogos em atividades do dia a dia, como no trabalho, na escola ou na vida social. O objetivo é motivar e engajar os participantes.

## Como funciona

- A gamificação baseia-se no conceito de game thinking, que integra a gamificação com outros saberes.
- A gamificação pode usar elementos como pontuação, recompensas, desafios, enigmas, entre outros.
- A gamificação pode ser usada para estimular o aprendizado, motivar comportamentos e criar uma sensação de recompensa.
- A gamificação pode ser aplicada em diversas áreas, como educação, negócios, saúde e vida social.

Pesquisas qualitativas e quantitativas sobre jogos podem ser realizadas para entender o comportamento dos jogadores, os benefícios dos jogos e a relação entre eles e a aprendizagem.

## Pesquisa qualitativa

- Baseia-se no caráter subjetivo dos participantes
- Coleta dados por meio de observação, relato, entrevista e outros
- Os resultados são narrativas, ideias e experiências individuais dos participantes
- Pode aprofundar o assunto de forma otimizada

## Pesquisa quantitativa

- Utiliza uma metodologia baseada em números, métricas e cálculos matemáticos
- Fornece os elementos necessários para medir, confirmar e compreender melhor cada oportunidade ou problema

- Considera que tudo possa ser contável

## Pesquisa quali-quantitativa

- Integra diferentes abordagens e técnicas – qualitativas e quantitativas – num mesmo estudo

## Benefícios dos jogos

- Desenvolvimento de habilidades como atenção, criatividade, memória, idiomas e trabalho em equipe
- Facilita a aprendizagem dos conteúdos educativos e o desenvolvimento das habilidades cognitivas
- Aumento do foco e da concentração
- Contribui significativamente para o aumento de rendimento na escola

Figura 11 – Perfil de consumidores.



Fonte: Site da Games Brasil.

Perfil e comportamento dos consumidores. Desde 2013, a Pesquisa Gamer Brasil publica resultados anuais sobre o mercado de games no Brasil. A nona edição, de 2022, apresentou os seguintes dados: 84,4% afirma que jogos eletrônicos estão entre as suas principais diversões, enquanto 15,6% diz

que não estão. 76,5% afirma que games são sua principal forma de entretenimento, enquanto 23,5% afirma que não são.

No que diz respeito às editoras e distribuidoras de jogos no Brasil, o cenário é composto por uma combinação de empresas nacionais e internacionais. Entre as principais publicadoras e distribuidoras atuantes no país, destacam-se:

- Electronic Arts: Presente no Brasil desde 1997, a EA é responsável por títulos populares como “FIFA” e “The Sims”.
- Microsoft Game Studios: Além de desenvolver e publicar jogos, a Microsoft também comercializa consoles e acessórios, como a linha Xbox.
- Sony Computer Entertainment: Conhecida pela plataforma PlayStation, a Sony também atua na publicação e distribuição de jogos no mercado brasileiro.
- Warner Bros. Interactive Entertainment: Presente no Brasil desde 2009, a Warner Bros. publica e distribui jogos para diversas plataformas.
- Tectoy: Empresa brasileira fundada em 1987, conhecida por distribuir consoles e jogos da Sega, além de desenvolver produtos próprios.
- Aquiris Game Studio: Desenvolvedora brasileira responsável por títulos como “Horizon Chase Turbo”, que alcançou sucesso internacional.
- Hoplon Infotainment: Estúdio brasileiro conhecido por “Heavy Metal Machines”, um jogo de combate veicular online.

Além disso, o mercado brasileiro conta com diversas outras empresas que contribuem para a diversidade e crescimento da indústria de jogos no país. Eventos como a Gamescom LATAM, anteriormente conhecida como BIG Festival, também desempenham um papel crucial no fortalecimento do mercado de games no Brasil. A edição de 2025 está programada para ocorrer entre 30 de abril e 4 de maio, no Centro de Convenções Distrito Anhembi, em São Paulo, e contará com a participação de grandes empresas, incluindo a Warner Bros. Games.

Esses fatores indicam um ambiente promissor para editoras e desenvolvedoras de jogos no Brasil, com um mercado em expansão e oportunidades crescentes para empreendedores e empresas estabelecidas no setor. No que diz respeito às editoras e distribuidoras de jogos no Brasil, o cenário é composto por uma combinação de empresas nacionais e internacionais. Entre as principais publicadoras e distribuidoras atuantes no país, destacam-se:

- Electronic Arts: Presente no Brasil desde 1997, a EA é responsável por títulos populares como “FIFA” e “The Sims”.
- Microsoft Game Studios: Além de desenvolver e publicar jogos, a Microsoft também comercializa consoles e acessórios, como a linha Xbox.
- Sony Computer Entertainment: Conhecida pela plataforma PlayStation, a Sony também atua na publicação e distribuição de jogos no mercado brasileiro.
- Warner Bros. Interactive Entertainment: Presente no Brasil desde 2009, a Warner Bros. publica e distribui jogos para diversas plataformas.
- Tectoy: Empresa brasileira fundada em 1987, conhecida por distribuir consoles e jogos da Sega, além de desenvolver produtos próprios.
- Aquiris Game Studio: Desenvolvedora brasileira responsável por títulos como “Horizon Chase Turbo”, que alcançou sucesso internacional.
- Hoplon Infotainment: Estúdio brasileiro conhecido por “Heavy Metal Machines”, um jogo de combate veicular online.

A indústria de games na Ásia é muito diversificada e inclui algumas das maiores editoras e desenvolvedoras do mundo, com presença global. Cada país asiático tem suas próprias editoras, e elas frequentemente são responsáveis por uma combinação de títulos locais e internacionais. Vamos olhar para algumas das principais editoras e desenvolvedoras de games na Ásia:

Figura 12 – Mercados de Games.



Fonte: Site da Games Brasil.

As 65 mil pessoas presentes na E3 representam um pequeno expoente da poderosa indústria mundial dos jogos, uma das principais fontes de receita ligadas ao entretenimento. Segundo o levantamento de 2019 do Global Games Market Report, os games movimentam um total de US\$152,1 bilhões e impactam aproximadamente 2,5 bilhões de jogadores em todo o mundo.

Nesse sentido, o tamanho do mercado de jogos do Sudeste Asiático é estimado em US\$14,80 bilhões em 2024 e deve atingir US\$14,93 bilhões até 2029, crescendo a um CAGR de 0,19% durante o período de previsão (2024-2029).

Figura 13 – Marcas do mundo gamer.



Fonte: Autoria Própria.

As editoras de games são empresas que desenvolvem, publicam e distribuem jogos eletrônicos. Elas também podem criar consoles, plataformas de jogos e outras tecnologias.

Playstation:

A ideia da marca surgiu em 1988, quando a Sony tentou se unir a multinacional Nintendo para fazer uma série de discos, chamados de “Super Disc”. Esses discos liam o console da quarta geração Super Famicom (conhecido como Super Nintendo Entertainment System no resto do mundo), mas foram um fracasso comercial.

Xbox:

O Xbox é um console de videogame produzido pela Microsoft. Foi lançado em 15 de novembro de 2001 na América do Norte, 22 de fevereiro de 2002 no Japão, e 14 de março de 2002 na Austrália e Europa. Foi a primeira incursão da Microsoft no mercado de vídeo games. Essas duas são as empresas mais populares mundialmente de games. São duas que fazem serviços, consoles e jogos. Tanto pelas editoras a qual eles tem propriedade quanto as que eles não tem. Além de grandes empresas de desenvolvimento, como a Ubisoft que fez a franquia de Watch Dogs ou a Naughty Dog.

Figura 14 – Watch\_Dogs 2.



Fonte: Site da Ubisoft.



Fonte: Naughty Dog.

Figura 16 – Revistas games antigas.





Fonte: Site Retroavengers.

### 3 ANÁLISE DE PROBLEMA

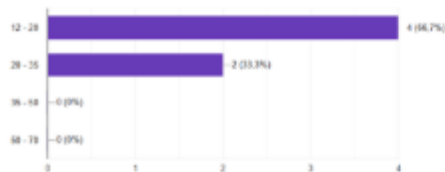
A pesquisa a seguir é feita para termos uma noção de como está o público e esse mercado. Percebe-se que todas essas perguntas são de suma importância para o projeto, visto que esses resultados definem como será o design de nossa revista. Nesse sentido, todas as perguntas são com o propósito definitivo de sabermos como o público está lidando com revistas gamers e suas características. A pesquisa foi realizada com aproximadamente 6 pessoas, cada uma com sua personalidade e algumas não habituadas no mundo gamer.

Figura 17 – Pesquisa.

Entre esses números qual chega mais perto da sua idade?

6 respostas

[Copiar gráfico](#)



Você se interessa por artigos sobre o desenvolvimento de jogos, como entrevistas com desenvolvedores ou informações sobre como os jogos são feitos?

6 respostas

[Copiar gráfico](#)



Você joga frequentemente vídeo game?

6 respostas

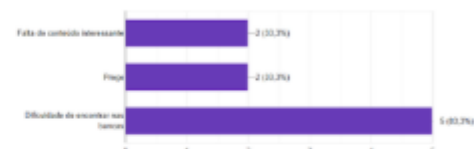
[Copiar gráfico](#)



Qual é o seu maior desafio ao escolher uma revista de games?

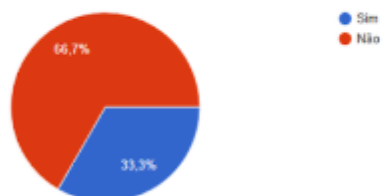
6 respostas

[Copiar gráfico](#)



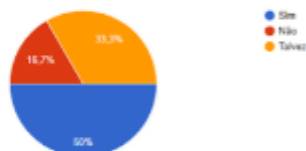
Você como gamer, consome revistas games ou algo do gênero?

6 respostas



Art books, também são consideradas revistas gamers. Teria algum interesse sobre elas?

6 respostas



Qual visual dessas revistas é mais agradável ou interessante para você?

6 respostas

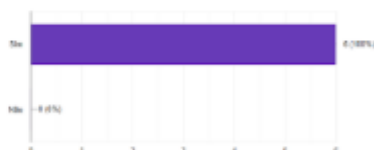
[Copiar gráfico](#)



Você acha importante que a revista de games aborde temas relacionados à comunidade gamer, como eventos e eSports?

6 respostas

[Copiar gráfico](#)



Você considera importante que uma revista de games tenha conteúdo interativo, como QR codes ou links para vídeos e demos de jogos?

6 respostas



Fonte: Autoria Própria.

### 3.1 PESQUISA DAS NECESSIDADES

A cadeia vai mostrando, de forma detalhada, do maior ao menor, os diversos problemas enfrentados pelos consumidores e não consumidores das revistas gamer. Dentro dessa gama de dificuldades, há várias questões que são amplamente discutidas e analisadas, sendo que, entre elas, uma das maiores é, sem dúvida, a dificuldade que muitos enfrentam para encontrar informações verdadeiras e de qualidade nas revistas. Muitas pessoas sequer têm o conhecimento da existência de revistas

especializadas no universo gamer, o que limita o acesso a esse conteúdo.

Além disso, outro ponto de grande preocupação é o alto custo das revistas, sendo que muitos consumidores apontam que os preços são abusivos ou exagerados em relação ao conteúdo oferecido. Isso se torna ainda mais problemático para aqueles que, por exemplo, não encontram nas revistas conteúdos que realmente atendem aos seus interesses específicos, o que acaba tornando o investimento inviável para muitas pessoas. Além disso, algumas críticas surgem também sobre a estética e o design das revistas, que, apesar de sua importância, são vistas de forma contraditória por muitos. A questão da estética está muito ligada a uma questão de gosto pessoal, o que significa que o que agrada a uns pode não agradar a outros.

Portanto, enquanto para alguns consumidores esse aspecto é fundamental, para outros não tem tanta relevância. No entanto, mesmo assim, esse debate sobre a estética também acaba sendo um ponto importante na análise do que é ou não atrativo nas revistas gamer.

Como se vê, as dificuldades enfrentadas tanto por consumidores quanto por não consumidores das revistas gamer são diversas, e a discussão sobre esses aspectos é essencial para entender as principais questões que envolvem esse nicho de mercado, levando em consideração tanto os interesses pessoais quanto as tendências do setor.

Figura 18 – Painel semântico do público.



Fonte: Autoria Própria.

Figura 18 – Pannel semântico do produto.



Fonte: Autoria Própria.

### 3.2 CHECKLIST E SOLUÇÕES

Como sensibilizar para o público:

O público precisa ter o conhecimento de que existem revistas gamers e que são atuais, não são apenas coisas antigas para doar ou vender na internet. São atuais e elas são feitas com uma alta produção, a exemplo de art books que são conhecidas e adquiridas por muitos amantes de jogos. Seja apenas de um jogo específico ou vários.

Por que as pessoas não consome revistas:

Revistas são meios artísticos e de informações, a exemplo de jornais que eram a melhor maneira de mostrar as novidades às pessoas. Tanto jornais quanto televisões, assim era a melhor maneira de todas as pessoas terem informações sobre qualquer coisa do mundo. Nesse contexto, é visto por que as pessoas precisavam de jornais. Mas então, por que elas precisam de revistas gamers? Revistas

gamers são meios artísticos e informativos, são um meio pelo qual a pessoa terá informações de como aquele jogo foi desenvolvido ou de como o pessoal pensou naquele estilo de arte daquele jogo. Também, novidades e notícias das quais outras pessoas não tinham conhecimento.

Como melhorar:

Melhorar para o público em geral, a qual esteja disponível para todos e que tenha um acesso mais fácil para as pessoas. Uma das maiores dificuldades é a dificuldade de encontrar as revistas. Nesse sentido, há pessoas que não têm o conhecimento alheio de que existem essas revistas, seja pela falta de propaganda ou por não estarem nesse nicho gamer.

Como diferenciar:

É necessário diferenciar a visão de que é algo antigo e antiquado, o qual é visto como algo antigo de jogos. Certos consumidores não vão também pela falta de conteúdo, então um conteúdo diferencial seria necessário e interessante para o público.

O que as pessoas preferem:

Novidade, preços e conteúdo diferencial. Essas são algumas coisas que as pessoas preferem. De acordo com nossas pesquisas, verificamos que os clientes estão muitas vezes mais exigentes em relação ao que os atrai para usar, comprar ou ler uma revista gamer. Pegamos públicos diferentes, pessoas que não jogam, jogam, que gostam e não gostam de games. Para termos um âmbito geral, o que faria uma dessas pessoas adquirir uma revista gamer? Dessas preferências, uma coisa muito clara era a dificuldade de encontrar e também a falta de interesse, então o que seria interessante para eles consumirem o produto? Seriam diversos fatores, tanto o design quanto brindes de posters de jogos, com outras fazem, e outros problemas. As pessoas preferem o diferencial.

Análise dos problemas:

Através da análise do problema, identificamos questões como a dificuldade de encontrar informações confiáveis e de qualidade nas revistas gamers, o alto custo das revistas e a falta de conteúdo interessante e relevante. Por exemplo, a pesquisa revelou que muitos consumidores não conhecem a existência de revistas especializadas em games, o que limita o acesso ao conteúdo desejado. Além disso, o custo elevado das revistas e a falta de um conteúdo específico para os interesses de cada público geram insatisfação. O design das revistas também é visto de maneira contraditória, já que alguns consumidores valorizam a estética, enquanto outros não consideram esse aspecto importante.

Painel semântico:



A pesquisa revela que o público busca revistas gamers com conteúdos mais interessantes, preços acessíveis e maior disponibilidade no mercado.

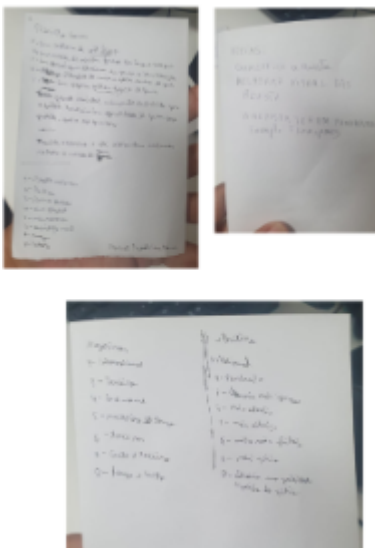
### 3.1.3 BRAINSTORMING

O nosso brainstorming tem vantagens, desvantagens, boas ideias e ideias mais caras. Não falamos de ideias ruins, porque no brainstorming não tem isso. Apenas tem ideias baratas e caras para se fazer. Isso significa que as grandes ideias custariam um valor a mais do que outras, fazendo com que o orçamento fosse mais caro. Porém, colocamos o que valeria a pena e o que não valeria. Tanto nas questões práticas quanto na questão de valor.

Nesse momento da fotografia, fizemos apenas esboços para ter uma ideia de como ficaria toda a questão da revista, do que colocaríamos e do que não colocaríamos e das melhores opções para nossa equipe fazer. Aconteceram muitos pensamentos do que colocar, se colocaríamos QR CODEs, músicas do Spotify ou outros elementos para deixar mais completo. Assim, com esses detalhes, nossa revista teria muito mais conteúdo do que outras e um grande diferencial.

A equipe é de dois integrantes, sendo assim colocamos diferentes ideias no papel um do outro, com uma certa concentração de entendimento. Fazendo com que mesmo sendo papéis diferentes e outras ideias, era o mesmo objetivo, diferenciar dos outros públicos e de outras revistas populares. Nesse momento em questão é feito os prós e contras de certos projetos estarem adiantes do que deveríamos ou não colocar na revista.

Figura 19 – BRAINSTORMING.



Fonte: Autoria Própria.

Figura 20 – Metodologia.

## 01 Objetivo

---

O objetivo da revista é atingir o público gamer, fazendo uma revista robusta com muitos conteúdos exclusivos. Nesse sentido, tem como missão atingir a grande quantidade de gamers.

## 02 Conceito

---

É um conceito de informações que é inspirado em notícias do famoso podcast de games, o Flow Games. Nesse contexto, são exclusivas as novidades que são relatadas e são exclusivamente dela.

## 03 Funcionalidade

---

A revista tem funcionalidades informativas e funcionais para o público em geral. Sendo com foco em um público específico, o gamer, mas tendo a possibilidade de outras pessoas poderem ter a mesma experiência.

## 04 Estilo

---

O estilo visual é moderno, simples e bem desenhado para os gamers. Inspirado nas revistas modernas da Editora Europa e uma junção do estilo Flow games como inspiração. Assim, é feita toda uma estrutura conceitual do estilo estático e similar as inspirações citadas.

Fonte: Autoria Própria.

### 3.1.4 BRAINSTORMING APROVADO

Nossas ideias aprovadas, foram colocar QRCODES nas revistas colocar trechos de músicas populares ou de trilhas sonoras que tenham algo a aquele gamer popular. Então integrações foram totalmente aceitas.

Figura 21 – Metodologia.







Fonte: Site do Spotify.

Outra grande característica seria a citação de estrelas do mundo de Hollywood ou de outras áreas que tenham uma popularidade grande e que essas estrelas joguem video games e seriam citadas em nossa revista para chamar atenção. Exemplo da cantora Sabrina Carpenter no jogo Fortnite.

Figura 23 – Fortnite Sabrina Carpenter.



Fonte: Site da Epic Games.

### 3.1.5 LOGO PROCESSO

A logo teve um processo com um curto período de tempo, foram feitas diversas versões da logo com dois nomes em potencial. SPAWN e XP Editora. São esses dois os quais tivemos maior interesse e tivemos a vontade de investir nessas duas ideias. Variações foram feitas, não foi feito um grande estudo nem um Manual de marca para essas duas logos porque eram em um curto período de tempo e precisavam sair bem rapidamente, sendo assim tivemos ideias de cores como roxo e amarelo porque, em geral, os LEDS de gamers que se destacam são essas cores, pensamos em usar o RGB, mas era o que mais utilizam: ROXO e Amarelo.

Figura 24 – Spawn.



Fonte: Autoria Própria.

Fizemos uma versão em digital, para tirarmos essa decisão de qual era o melhor caminho de alguma das duas.

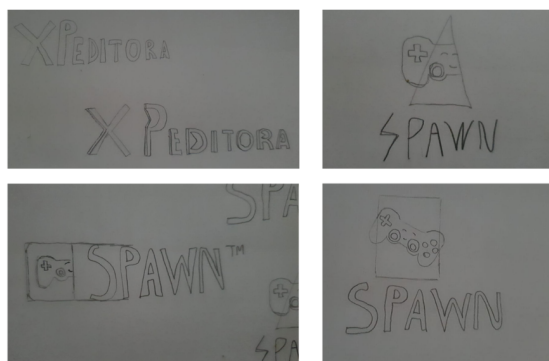
Figura 25 – XPeditora.



Fonte: Autoria Própria.

Colocamos a versão em XP editora também, XP porque é uma sigla para pontos de experiência. É algo bastante comum nos games, então pensamos em colocar o XP para ser mais fácil de assimilar. O SPAWN é uma referência ao personagem de quadrinhos e games SPAWN, que é popular em um meio específico de pessoas. Porém, tem uma sonoridade bem expansiva.

Figura 26 – Logos provisórios.



Fonte: Autoria Própria.

Fizemos antes a versão em Papel, e criamos a digital. Mostramos antes pela questão de conseguir identificar as duas da melhor maneira possível. Aqui é escrito SPAWN, que também tem uma versão digital finalizada se decidimos ir por esse caminho. Uma versão com o controle em um triângulo para diferenciar é uma versão mais clássica dos games.

### 3.1.5 PORQUE É NECESSÁRIO REVISTAS GAMES?

As revistas, de forma geral, desempenham um papel fundamental na formação cultural e no estímulo ao hábito da leitura. Elas ajudam as pessoas a compreenderem histórias, explorarem novos universos e adquirirem conhecimento. Em um mundo cada vez mais digital, onde estamos constantemente expostos a telas, seja no celular, no computador ou na televisão, folhear uma revista

pode ser um respiro necessário. Longe das notificações e distrações, o ato de ler algo físico se transforma em uma experiência mais imersiva e saudável para a mente.

Vivemos em uma era em que o contato com o papel se tornou raro, e isso pode ser visto tanto como uma crítica quanto como uma reflexão sobre os caminhos que escolhemos seguir como sociedade. Ainda assim, as revistas continuam sendo importantes não apenas como meio de informação e entretenimento, mas também como forma de preservar a memória cultural de uma geração.

Revistas gamers, por exemplo, marcaram época. Elas foram fontes de informação, dicas e curiosidades para milhares de pessoas durante anos e, mesmo hoje, ainda existem colecionadores e entusiastas que as valorizam. Embora o número de leitores tenha diminuído com o tempo, essas revistas passaram a ocupar um lugar especial, quase nostálgico, em certos nichos. Tornaram-se itens raros, procurados por quem valoriza história e significado.

É como uma edição antiga de HQs que hoje valem milhões como as primeiras aparições do Homem-Aranha ou do Batman. Talvez uma revista de games não alcance o mesmo valor monetário, mas o que importa é o valor simbólico que ela carrega. É o peso emocional, a memória afetiva, o registro de um tempo que não volta mais. E isso, por si só, já é um motivo para continuarmos dando importância a essas publicações.

As revistas impressas são muito mais do que simples meios de leitura. Elas são portais físicos para o conhecimento, a cultura e o entretenimento. Em uma era dominada pelo digital, em que a velocidade das informações muitas vezes compromete sua profundidade, a revista se mantém como um formato que convida à pausa, à atenção e à reflexão.

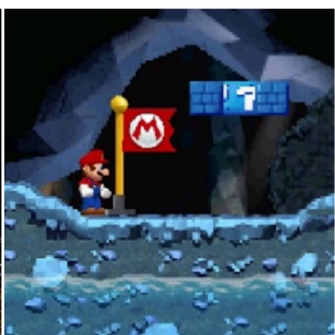
Elas organizam o conteúdo de forma pensada, com curadoria, diagramação, ilustrações e textos desenvolvidos com cuidado. Isso oferece ao leitor uma experiência sensorial completa: o toque do papel, o cheiro da tinta, a estética gráfica. Tudo isso contribui para uma conexão mais emocional com o conteúdo, algo que dificilmente uma tela consegue proporcionar da mesma forma.

Além disso, a leitura de revistas incentiva o foco. Enquanto nas plataformas digitais somos bombardeados por anúncios, links e notificações que nos tiram do conteúdo a todo instante, as revistas permitem imersão total no assunto. Isso é especialmente relevante em tempos de déficit de atenção e ansiedade crescentes, causados justamente pelo excesso de estímulos digitais. Outro ponto importante é o papel das revistas na formação de identidade. Revistas gamers, por exemplo, não apenas informam sobre jogos, mas formavam comunidades, definiam tendências, influenciavam gerações. Elas criavam um senso de pertencimento: quem lia, fazia parte de algo maior. Ainda hoje, essas revistas são lembradas com carinho, como símbolos de uma época em que a informação era buscada com dedicação e entusiasmo.

#### 4. NOME DA REVISTA

Checkpoint, foi o nome que pensamos para a revista gamer. A palavra significa, no mundo dos jogos, algo que sempre irá voltar, é um ponto de salvamento. Caso o personagem principal morra, ele volta ao CheckPoint.

Figura 28 – Tabela de nomes.



| ■ Nostálgico       | ■ Moderno e Tech | ■ Técnico e Hardcore | ■ Criativo / Pop Culture |
|--------------------|------------------|----------------------|--------------------------|
| Pixel Power        | GameShift        | Frame Rate           | Pause & Play             |
| 8-Bit Legends      | NextGen XP       | Input Lag Weekly     | GG Zine                  |
| Fase Secreta       | Quantum Console  | Patch Notes          | NerdCore                 |
| Continue+          | Digital Respawn  | The Meta Report      | Up+Start                 |
| Game Over Zine     | SyncPlay         | Debugged             | Final Boss Magazine      |
| Retro Reset        | NeoGamer         | Game Engine Journal  | Mana & Magazines         |
| Level Up Clássicos | Cloud Save       | API Gamer            | GameVerse Weekly         |
| Power-Up News      | Pixelstream      | Latência Zero        | Combo Break!             |

Fonte: Autoria Própria.

Uma seleção criativa de nomes para possíveis revistas do universo gamer. Sabe quando você tá jogando aquele jogo difícil, sem salvamento automático, e pensa: “Mano, se eu tivesse um save aqui...”? Então, é mais ou menos isso que inspira alguns desses nomes. Coisas que todo gamer já viveu, já ouviu ou já ficou preso tentando resolver. O nome de uma revista precisa ser fácil de lembrar, direto, mas que tenha alma de jogo também algo que remeta ao universo onde a gente vive

quando aperta “Start”. Alguns nomes aqui vêm dessa pegada: Continue+, por exemplo, remete àquela chance extra. Já XPONE brinca com experiência, nível, avanço. E SPAWNKILL... bom, é pra quem já nasceu no campo de batalha! Nada aqui é definitivo. São só rascunhos criativos, candidatos fortes para algo maior. Mas como em qualquer bom jogo, o nome certo muda tudo. Ideias de nomes para sua próxima revista gamer do clássico ao moderno.

#### **4.1. DESCRITIVO**

Conforme a Internet progredia, várias revistas de jogos impressos encontraram obstáculos e acabaram sendo encerradas ou convertidas para formatos digitais. Portais como IGN, GameSpot e Kotaku se tornaram responsáveis por oferecer notícias e análises em tempo real. Contudo, algumas publicações ainda persistem, particularmente em formato digital ou como publicações especializadas.

A revista Ação Games foi uma das mais populares e compradas no Brasil durante as décadas de 1990 e início dos 2000. Não se restringe apenas ao PlayStation, mas também engloba jogos em várias plataformas, incluindo os consoles Sony, que são extremamente apreciados pelos jogadores do Brasil. A sua linguagem descontraída, análise detalhada e seção de dicas e truques fazem dele um queridinho entre os espectadores. Em relação às publicações específicas para o PlayStation, a PlayStation Official Magazine (PTOM) é uma das mais significativas, uma vez que representa a versão brasileira da Revista Oficial da Sony, baseada na edição europeia. Esta conexão com sua matriz europeia assegura conteúdos de alta qualidade e exclusivos, o que o faz muito apreciado pelos entusiastas de videogames. PTOM fornece informações detalhadas sobre videogames, acessórios e até entrevistas exclusivas com figuras proeminentes da indústria, como Hideo Kojima, o criador de Metal Gear Solid, e David Jaffe, o criador de God of War.

Vários fatores podem contribuir para a popularidade dessas revistas. Em um período onde o acesso à internet não era universal, as revistas se destacavam como uma das principais fontes de informação sobre jogos. Adicionalmente, muitos jogadores adquirem revistas para conseguir senhas, segredos e orientações sobre como superar níveis desafiadores.

Os jogadores podem escolher quais jogos comprar com base em avaliações confiáveis, e a revista promove uma cultura de jogos que consolida a comunidade de fãs através de cartas, competições e promoções. Em particular, a PTOM é a revista mais abrangente e abrangente sobre PlayStation, precisamente por ser uma versão traduzida de uma publicação europeia, assegurando um alto nível de conteúdo e informações exclusivas.

No Brasil, outras publicações também se destacam, como a SuperGamePower, que é popular entre os entusiastas de Super Nintendo e PlayStation, e a Game & Power, que também é um sucesso entre

os jogadores brasileiros. Uma das atrações dessas publicações são as demonstrações dos jogos em CD ou DVD, juntamente com detalhes sobre acessórios como controles do PlayStation, fones de ouvido e outros.

Com o avanço da internet, especialmente a partir da década de 2000, as publicações em papel começaram a perder espaço para sites especializados, fóruns e, mais tarde, canais de YouTube e transmissões ao vivo. No momento, a maior parte das revistas voltadas para videogames foi convertida para o formato digital ou simplesmente desapareceu. Contudo, o legado desses conteúdos ainda persiste na memória dos jogadores que cresceram se divertindo com suas publicações. A PTOM, especificamente, sobressaiu como a revista mais completa e conectada ao universo do PlayStation, graças à sua origem como uma tradução da publicação europeia, tornando-se uma verdadeira referência para os fãs do console no Brasil.

Figura 29 – Processo.





Fonte: Autoria Própria.

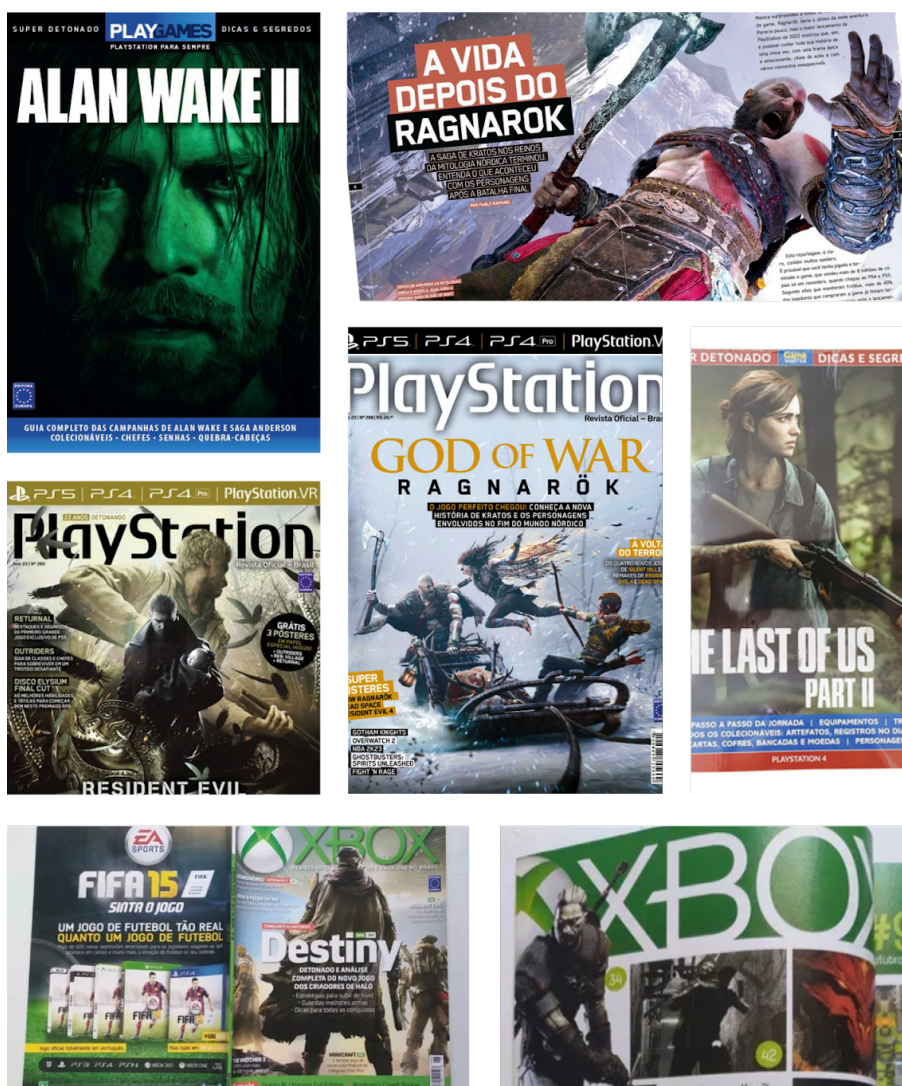
Figura 30 – Processo 2.



Fonte: Autoria Própria.

Figura 31 – MoodBoard.





Fonte: Autoria Própria.

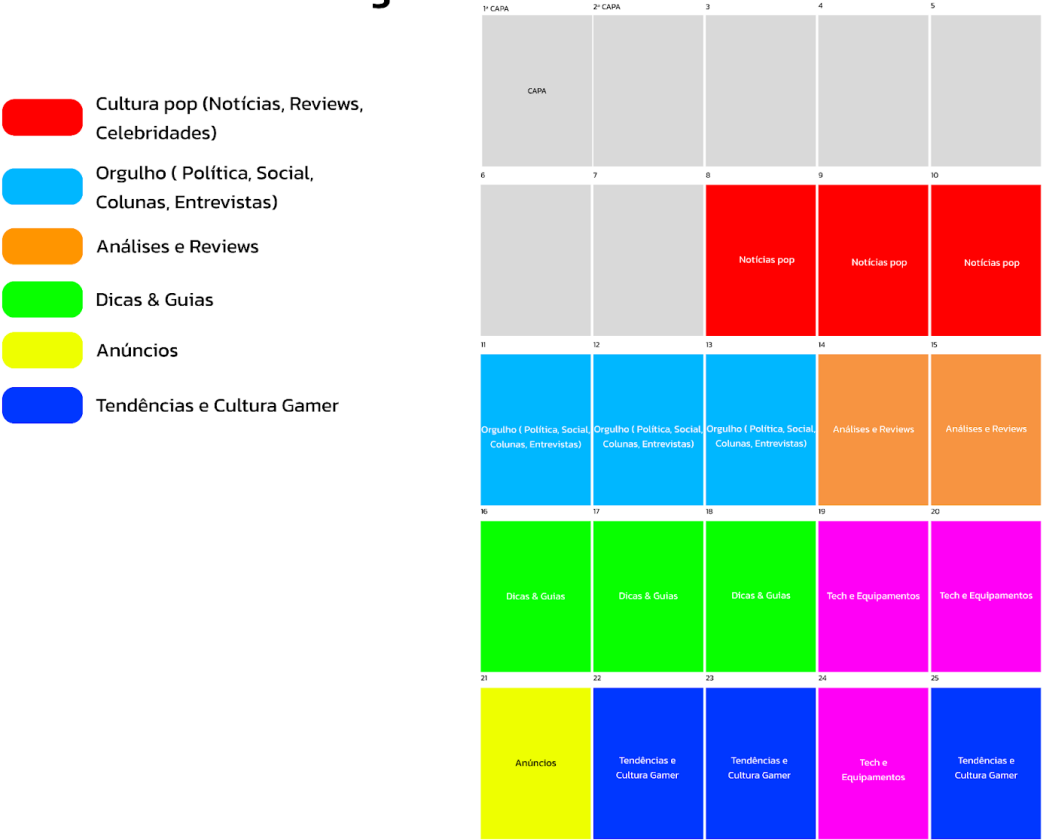
## 4.2. ESPELHO DA PUBLICAÇÃO

A publicação possui um total de 25 páginas, incluindo as capas, distribuídas em 2 cadernos de 12 páginas cada, mais 4 capas. As dimensões das páginas são de 210 x 280 mm quando fechadas e 420 x 280 mm quando abertas em página dupla. A impressão utiliza papel couchê fosco 210g para as capas e papel offset 120g para o miolo. Foram planejadas 4 páginas de anúncios, localizadas na página 2 (contracapa interna), página 12 (ponto central do miolo), página 17 (visualização dupla com matéria de destaque) e página 28 (contracapa final). O sumário, disposto entre as páginas 4 e 5,

abrange conteúdos como História, Indústria de Games, Jogos Populares, Lançamentos Recentes, Franquias mais Populares, Mudanças e Influências na Cultura Pop, Impacto dos Desenvolvedores no Mundo dos Games, Tecnologias e Inteligência Artificial, Mudanças no Desenvolvimento e nos Gráficos, Dicas e Guias, Lançamentos Futuros, The Game Awards, Top 10 Jogos Históricos, O Potencial das Franquias e, por fim, O Mundo dos Games.

Figura 31 – Espelho da publicação.

# Espelho da Publicação



Fonte: Autoria Própria.

### 4.3. ATIVIDADE MANCHA GRÁFICA

A mancha gráfica apresentada foi desenvolvida por meio de recursos digitais utilizando o software Figma, permitindo maior precisão e controle visual durante o processo de criação. Antes da execução digital, foi realizado um estudo físico preliminar em uma folha de papel A4, onde foram aplicados cálculos e testes manuais para definir proporções, margens e a organização dos elementos. Essa etapa analógica serviu como base para a transposição ao meio digital, garantindo um resultado final mais coeso e fundamentado.

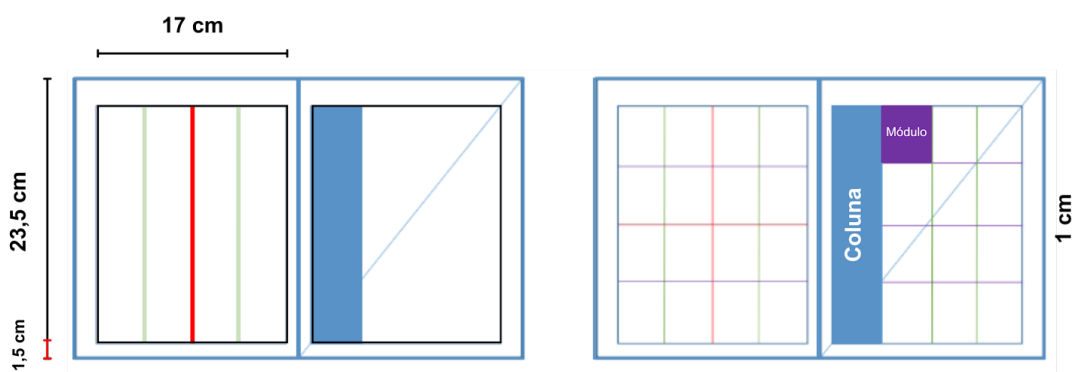
Especificações Técnicas: Dimensão página simples (fechada): 210 mm x 280 mm

Dimensão página dupla (aberta): 420 mm x 280 mm

Total da largura: 40 cm / 20 cm

Espaçamento da miolo: 1 cm

Figura 32 – DIMENSÕES PÁGINA DUPLA A3 (ABERTA): 420 MM X 280 MM



Fonte: Autoria Própria.

#### 4.4. Combinações de cores

Essa paleta apresenta uma combinação ousada, vibrante e altamente energética, composta por seis cores intensas que evocam impacto visual, dinamismo e criatividade. O tom #21121B, um escuro entre roxo e marrom quase preto, funciona como base ou contraste, ideal para fundos, textos e para equilibrar a vibração das demais cores. O #C72300 é um vermelho escuro, quente e marcante, transmitindo energia, ação e intensidade, enquanto o #FF0000 representa o vermelho puro, forte e agressivo, capaz de chamar atenção de imediato. Já o #E300FF é um roxo fluorescente, vívido e moderno, remetendo à criatividade, ousadia e inovação. O #FF5900 traz um laranja vibrante, associado à alegria, movimento e entusiasmo, e por fim, o #FF5555 é um rosa avermelhado suave, que adiciona um toque mais leve e emocional à composição da paleta.

Figura 33 – Cores.



Fonte: Autoria Própria.

#### 4.5. Estilo editorial com cores fortes e contrastes

Esses exemplos seguem uma estética muito próxima à da paleta vibrante, composta por tons como vermelho, magenta e laranja. Eles utilizam fundos escuros combinados com cores intensas, como amarelo, vermelho e azul-claro, para destacar elementos importantes. A tipografia aposta em alto contraste, recorrendo ao uso de branco, preto ou cores puras para títulos e blocos de informação. Além disso, apresentam elementos gráficos justapostos, como ilustrações de grande impacto, silhuetas de personagens, infográficos e imagens recortadas, reforçando o dinamismo visual da composição.

Figura 34 – Cores.



Fonte: Autoria Própria.

A estética visual da imagem está diretamente alinhada com a paleta que você apresentou antes: ambas usam cores intensas, contrastes extremos e apelo visual forte. Esse estilo é muito eficaz em editoriais de entretenimento, revistas, capas e conteúdo digital voltado para o público jovem, nerd e gamer.

### **Como sua paleta se conecta com esse estilo:**

A paleta vibrante que você trouxe inicialmente é perfeita para esse tipo de linguagem visual, pois:

- Cria alto impacto e chama atenção, ideal para capas, chamadas e destaques.
- Facilita a construção de hierarquia visual, guiando o olhar do leitor.
- Traz uma energia criativa e pop, essencial para temas como quadrinhos, games e cultura geek.

Combinações de cores nas revistas:

#### **? Batman e Shadow of Mordor (parte superior esquerda)**

- Usam vermelho e amarelo para chamar atenção para áreas específicas (preview, títulos).
- O fundo escuro cria profundidade, e os recortes de personagem se destacam.
- Isso dialoga diretamente com a sua paleta dos tons: #21121B, #FF0000, #FF5900.

#### **? Future Gamer com Batman (direita superior)**

- Paleta com tons de azul escuro e cinza – reforçando a identidade sombria do personagem, com sobriedade e seriedade.
- Aqui, o azul seria equivalente a variações menos saturadas do #E300FF ou um intermediário entre #FF5555 e um tom frio.



### ? **Matéria estendida sobre Batman (meio da imagem)**

- Mais equilibrada e editorial, usa tons frios e tipografia limpa. O contraste aqui é menos agressivo, mas ainda centrado no azul/preto/branco.

### ? **Watchmen (parte inferior)**

- Totalmente vibrante e colorida.
- O amarelo intenso do fundo é idêntico ao espírito da sua paleta (com tons como #FF5900 e #FF0000).
- O uso do azul e do preto serve para gerar contraste narrativo e visual destacando personagens em meio à energia do fundo.

## **4.6. Famílias tipográficas e paleta de cores**

Figura 35 –Famílias e tipográficas paleta de cores.

# TIPOGRAFIA TAN PEARL

## LOGO



Texto (10pt)

**DM Sans regular** | ABCDEFGHIJKLMNOPKNO  
PQRSTUVWXYZ

123456789

DM Sans é uma fonte sans-serif geométrica, com bom desempenho em tamanhos pequenos. Foi criada pela Colophon Foundry e é baseada na Poppins.

Texto (14pt)

**DM Sans bold** | ABCDEFGHIJKLMNOPKNO  
PQRSTUVWXYZ

123456789

DM Sans Bold é a versão em negrito da fonte, com traços mais grossos e ideal para dar destaque a títulos e chamadas.

## CORES



Fonte: Autoria Própria.

## 4.7. CAPAS 1 E 4

Elaboramos um esboço em layout como uma etapa inicial do projeto, com o objetivo de visualizar melhor a estrutura e a proposta da revista. A partir desse modelo, foi possível compreender como os elementos gráficos como imagens, tipografia, cores e organização das seções se comportam no espaço. Isso nos deu uma base sólida para ajustar detalhes, melhorar a estética e garantir que o conteúdo fosse apresentado de forma atrativa, coerente e bem distribuída ao longo das páginas.

Figura 36 – Layout esboço.



Fonte: Autoria Própria.

Figura 37 – Layout esboço.



Fonte: Autoria Própria.

Figura 38 – Capa e contracapa.



Fonte: Autoria Própria.

Com o esboço finalizado, tivemos uma visão mais concreta de como a revista se apresenta visualmente e editorialmente. A estrutura definida permitiu alinhar melhor os elementos gráficos com o conteúdo, garantindo harmonia entre texto, imagens e títulos. Esse esboço pronto serviu como guia para a finalização do projeto, mostrando que cada escolha desde a tipografia até o posicionamento das matérias contribui para uma experiência de leitura mais fluida, envolvente e moderna.

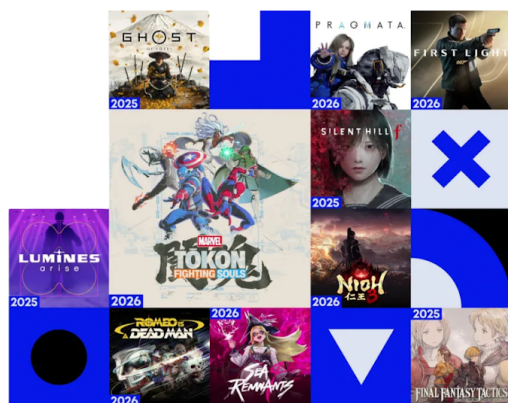
#### 4.8. COMPLEMENTOS ESTÉTICOS LAYOUT DE PÁGINA

Nesta seção, é possível observar com mais clareza os ícones, as cores e os elementos gráficos que compõem a identidade visual da revista. Cada escolha foi pensada para transmitir a proposta moderna, dinâmica e envolvente do universo gamer. Os ícones ajudam a organizar o conteúdo de forma intuitiva, enquanto a paleta de cores reforça o estilo visual vibrante e tecnológico da publicação. Esses elementos não apenas embelezam, mas também orientam a leitura e fortalecem a conexão com o público-alvo.

Figura 39 – Inter Capas

# STATE OF PLAY

PREPARE-SE PARA OS MELHORES ANÚNCIOS DE JOGOS DA HISTÓRIA, JUNTO COM A PLAYSTATION.



## SUMÁRIO

|  |                                      |           |  |
|--|--------------------------------------|-----------|--|
|  | <b>SUMMER GAME FEST</b>              | <b>1</b>  |  |
|  | <b>THE GAME AWARDS</b>               | <b>2</b>  |  |
|  | <b>FRANQUIAS</b>                     | <b>3</b>  |  |
|  | <b>Revolução</b>                     | <b>5</b>  |  |
|  | <b>Desenvolvimento de jogos</b>      | <b>7</b>  |  |
|  | <b>Gráficos nos jogos</b>            | <b>8</b>  |  |
|  | <b>Jogos Históricos</b>              | <b>9</b>  |  |
|  | <b>Games na cultura POP</b>          | <b>11</b> |  |
|  | <b>Portáteis Estão Mudando Tudo!</b> | <b>13</b> |  |
|  | <b>Tecnologias</b>                   | <b>15</b> |  |
|  | <b>Desenvolvedores</b>               | <b>17</b> |  |
|  | <b>De Jogo Para Série</b>            | <b>19</b> |  |
|  | <b>Melhores Canais Gamer</b>         | <b>21</b> |  |
|  | <b>Ensinamentos</b>                  | <b>23</b> |  |

Fonte: Autoria Própria.

Optamos por utilizar ícones personalizados ao longo da revista para reforçar a identidade visual do projeto e tornar a navegação mais intuitiva e atrativa. Além disso, adotamos um rodapé funcional, que traz informações relevantes sem poluir o visual da página. De forma proposital, decidimos não utilizar um cabeçalho tradicional, buscando um design mais limpo e moderno, valorizando o conteúdo e permitindo que os elementos gráficos tenham mais destaque. Essa escolha reforça a proposta estética da revista e contribui para uma leitura mais fluida e agradável.

Além disso, desenvolvemos um rodapé funcional que aparece em todas as páginas, trazendo informações úteis como número da página, referências visuais e detalhes da edição. O rodapé foi pensado para ser discreto, mas eficiente, mantendo o foco no conteúdo principal sem comprometer a estética.

Diferente do modelo tradicional, optamos por não utilizar um cabeçalho fixo. Essa escolha foi feita para garantir um design mais limpo, contemporâneo e visualmente agradável. Ao eliminar o cabeçalho, conseguimos valorizar ainda mais os elementos gráficos e os destaques visuais da revista, criando uma experiência de leitura mais fluida e imersiva para o leitor. Essa abordagem reflete nosso compromisso com a inovação e com um estilo editorial que acompanha a evolução do design gráfico e do mercado gamer.

Figura 40 – Rodapé



Resident Evil 8, um dos jogos Mortal Shell 2, com o mais aguardado depois do sucesso do primeiro game. seu 8 game. Feito pela Os jogadores amaram a sua Capcom, a franquia é proposta com um visual mundialmente conhecido, parecido com Dark Souls.

Com o sucesso do Atomic Heart, a empresa russa fez dominando o mundo, mais uma continuação e isso um game com o estilo da delou os fãs da pequena e franquia mundialmente nova franquia mais ansiada popular. Logo. Com uma do que nunca.



### Geoff Keighley

Um jornalista de jogos eletrônicos canadense e apresentador de televisão. Ele é conhecido por ter sediado o programa de jogos GameTrailers TV e por co-sediar o [The Game Awards](#) hoje extinto. Keighley também é escritor freelancer, cujo trabalho foi publicado na Kotaku, entre outras publicações. O criador do The Game Awards, mais conhecido como o Oscar dos games.



### Summer Game Fest

Isso foi apenas o Summer Game Fest! O que vimos até agora são alguns dos anúncios feitos em 2023 e olha o nível dos jogos! É o mais incrível! Esse é só um dos muitos eventos que acontecem todos os anos no universo dos games. A cada edição, a indústria cresce, atrai mais atenção e se torna ainda mais popular entre jogadores e o público em geral.

## THE GAME AWARDS

### A Influência

Conhecido como o "Oscar dos games", o The Game Awards é muito mais do que uma simples premiação. Ele é um dos eventos mais influentes da indústria dos jogos eletrônicos, com um alcance global que envolve desenvolvedores, estudios, comunidades e a imprensa especializada.

A cada edição anual, não apenas celebra as melhores titulas do ano, mas também tem o poder de transformar completamente o cenário de um jogo. Um simples trailer, anúncio surpresa ou prêmio conquistado pode levar um game desconhecido ao estrelato mundial.

Muitos jogos ganham visibilidade, respeito e sucesso comercial graças à vitrine que o evento proporciona. **Exemplos notáveis:** o The Game Awards molda tendências, cria expectativas e redefine o videogame como uma das formas de entretenimento mais poderosas da atualidade.



Fonte: Autoria Própria.

Figura 41 – Ícone

## Melhores Canais Gamer

O universo dos games está em constante movimento, com **novidades surgindo a todo o momento**. É para quem gosta de ficar por dentro de tudo isso, alguns portais e redes sociais se tornaram referência no Brasil e no mundo.

Um exemplo nacional é o **Flow Games**, criado pelo mesmo grupo responsável pelo Flow Podcast. Além da aba com notícias, análises e novidades sobre o mundo gamer, eles também mantêm o Flow Games Podcast, onde debatem os assuntos mais quentes da semana, sempre com **uma abordagem única e divertida** e muito conteúdo para quem curte jogos.

Nas redes sociais, o antigo Twitter, agora chamado de X, continua sendo um dos lugares mais rápidos para acompanhar as novidades em tempo real. Por lá, perfis oficiais de estúdios, desenvolvedores e portais especializados atualizam as sequências sobre lançamentos, trailers e **anúncios exclusivos**. Além disso, **influenciadores e YouTubers** em sua maioria, se destacam rapidamente os assuntos que estão bombando na comunidade.

Outros perfis e páginas de destaque no Brasil são o The Enemy, Jovem Nerd, **o Jovem Nerd** e o próprio Flow Games, que também mantêm conteúdo atualizado em suas redes.

Só por meio da porta da porta rede social, acompanhar essas fontes é o melhor caminho de não perder nenhum anúncio surpresa, **conteúdo exclusivo** ou qualquer novidade que faz todo mundo comemorar.

Instagram

Podcast

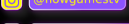
Twitter

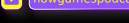
Flow













### Jovem Nerd

Fundado em 2003, o JN (Jovem Nerd Network) é uma das maiores e mais influentes plataformas de conteúdo sobre videogames, entretenimento e cultura pop. **Além de ser um dos principais canais de YouTube do Brasil, ele também possui uma presença ativa no Instagram, no Twitter e no Facebook.** O JN é conhecido por sua credibilidade e alcance global, e ele se tornou, ao longo dos anos, uma referência para quem busca informações sobre jogos e cultura pop. Além de criar e produzir conteúdo, o JN também atua como uma plataforma para que outros criadores possam compartilhar suas ideias e opiniões.

**Criado em 2003 por Alexandre Ottaviano (o "Jovem Nerd")**, o JN se tornou um dos principais canais de conteúdo sobre jogos e cultura pop no Brasil. Com um estilo descontraído e inteligente, o projeto cresceu para além do Internet e hoje é referência em conteúdo sobre games, tecnologia, entretenimento, jogos científicos e **uma variedade de outros temas.**

O chefe do JN é o JN, um dos podcasters mais conhecidos do Brasil, que mistura informação, humor e entrevistas com grandes nomes da indústria. Além disso, o JN também possui uma série de livros, séries em parceria com plataformas de streaming, e possui uma linha de produtos.





Fonte: Autoria Própria.

Os ícones utilizados na revista foram inspirados em referências modernas, como os do Flow Games, que se destacam por sua simplicidade, clareza e forte apelo visual. Esses símbolos funcionam como elementos facilitadores da navegação, ajudando o leitor a identificar rapidamente seções, tópicos e categorias.

Na imagem acima, é possível ver um conjunto de ícones que remetem diretamente ao estilo adotado por mídias gamers contemporâneas: formas minimalistas, traços marcantes e uma linguagem visual acessível, que dialoga com o público jovem e conectado. Esses ícones não servem apenas como decoração, eles organizam o conteúdo, criam uma hierarquia visual intuitiva e reforçam o conceito gráfico da revista.

Ao adotar essa abordagem, buscamos aproximar a estética do projeto da linguagem visual de grandes canais e plataformas de conteúdo gamer, transmitindo modernidade, profissionalismo e identidade própria.

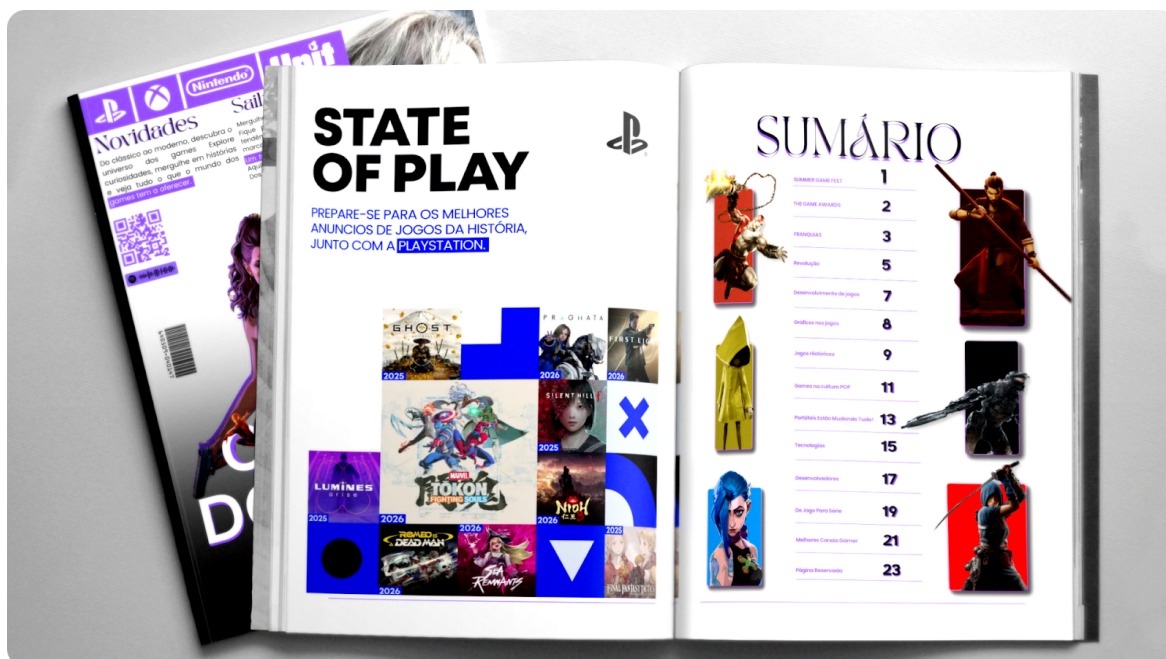
Figura 42 – Mockup



Fonte: Autoria Própria.

Figura 43 – Mockup-2





Fonte: Autoria Própria.

O mockup digital da revista, é possível visualizar com clareza todo o cuidado investido no projeto desde a identidade visual moderna até a escolha das tipografias, cores, ícones e organização das páginas. Esse modelo representa a consolidação de todo o processo criativo e conceitual, permitindo avaliar o impacto visual da revista como um produto físico e real, pronto para ser apresentado ao público.

Figura 44 – Mockup-3



Fonte: Autoria Própria.

Esse cartaz funciona como uma peça de divulgação e síntese visual do projeto, ideal para apresentações, feiras acadêmicas ou exposições. Ele transmite inovação, profissionalismo e paixão pelo universo gamer, elementos que definem o propósito da revista SPAWN.

O projeto foi publicado na plataforma de portfólio popular conhecido como Behance, mais visto por designers e profissionais da área. Ficando com uma estética profissional e demonstrando o que todo o processo faz com um bom planejamento.

## **CONCLUSÃO**

O estudo evidenciou que, apesar da evolução do mercado gamer e da ascensão das mídias digitais, o segmento de revistas de games ainda possui valor cultural e potencial de ressignificação. Observamos que grande parte das publicações atuais sofre com padrões visuais defasados e conteúdos pouco variados, o que limita seu alcance junto ao público jovem e conectado. Além disso, a dificuldade de acesso, a falta de divulgação e preços elevados afastam novos leitores e restringem a presença dessas revistas no cotidiano gamer.

A proposta da nova revista apresentada busca romper esse ciclo, aliando design gráfico moderno, interatividade (com QR Codes, playlists e conteúdos multimídia), e matérias que vão além das tradicionais análises de jogos, incluindo cultura pop, tecnologia, IA e comportamento gamer. Com isso, pretende-se não apenas revitalizar o formato, mas também criar novas conexões afetivas e culturais com os leitores, resgatando o papel das revistas como ferramenta de informação, entretenimento e identidade gamer.

Por fim, a pesquisa indicou que o público valoriza novidades, conteúdos exclusivos, brindes e experiências diferenciadas. Ao investir em uma revista atualizada, visualmente atrativa e conectada às tendências do mercado, é possível ampliar a visibilidade do produto e reforçar a presença do universo gamer também no meio editorial.

## **Referências**

Disponível em: <<https://ovicio.com.br/marvels-spider-man-2-recebera-preludio-em-quadrinhos/>>. Acesso em: 6 maio. 2025.

Disponível em: <<https://newzoo.com/resources/blog/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023>>. Acesso em: 6 maio. 2025b.

A legalização dos cassinos é uma oportunidade para o mercado de jogos em geral. Disponível em: <<https://www.boqnews.com/etc/a-legalizacao-dos-cassinos-e-uma-oportunidade-para-o-mercado-de-jogos-em-geral/>>. Acesso em: 6 maio. 2025.

SILVA, A. Videogame é coisa de criança? Não no Brasil, revela pesquisa. Disponível em: <[https://www.terra.com.br/gameon/vida-gamer/videogame-e-coisa-de-crianca-nao-no-brasil-revela-pesquisa%2Cfda8778ea35d02346896bc68594d0adfdwivakv8.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.terra.com.br/gameon/vida-gamer/videogame-e-coisa-de-crianca-nao-no-brasil-revela-pesquisa%2Cfda8778ea35d02346896bc68594d0adfdwivakv8.html?utm_source=chatgpt.com)>. Acesso em: 21 fev. 2025.

VELOSO, H. O Mercado DE jogos no Brasil. Disponível em: <<https://gamejamplus.com/o-mercado-de-jogos-no-brasil/>>. Acesso em: 21 fev. 2025.

Insomniac lança HQ gratuita e online de Marvel's Spider-Man 2. Disponível em: <<https://jovemnerd.com.br/noticias/games/hq-gratis-online-de-marvels-spider-man-2>>. Acesso em: 21 fev. 2025.

PUBLISHNEWS. Jogo brasileiro combina literatura clássica com experiência gamificada. Disponível em: <<https://www.publishnews.com.br/materias/2025/02/20/jogo-brasileiro-combina-literatura-classica-com-experiencia-gamificada>>. Acesso em: 21 fev. 2025.

Disponível em: <<https://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/abragames-pt.pdf>>. Acesso em: 21 fev. 2025.

WIKIPEDIA CONTRIBUTORS. Editora Europa. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Editora\\_Europa&oldid=64815781](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Editora_Europa&oldid=64815781)>.

Assassin's Creed: Renascença. Disponível em: <[https://assassinscreed.fandom.com/pt-br/wiki/Assassin%27s\\_Creed:\\_Renascen%C3%A7a](https://assassinscreed.fandom.com/pt-br/wiki/Assassin%27s_Creed:_Renascen%C3%A7a)>. Acesso em: 21 fev. 2025.

Editora Europa. Disponível em: <<https://www.europamet.com.br/super-herois/posterzine-mundo-dos-super-herois-batman-cruzado-encapuzado-edicao-153>>. Acesso em: 21 fev. 2025.

Disponível em:

<<https://www.amazon.com.br/Assassins-Creed-Renascen%C3%A7a-Oliver-Bowden/dp/8501091332>>. Acesso em: 21 fev. 2025.

SWEETFANTINE, P. P. E3 2019 mostra a força da indústria de games no mundo. Disponível em: <<https://jornalismoespecializadounesp.wordpress.com/2019/07/03/e3-2019-mostra-a-forca-da-industria-de-games-no-mundo/>>. Acesso em: 21 fev. 2025.

Watch Dogs 2 – Jogos. Disponível em: <<https://www.playstation.com/pt-br/games/watch-dogs-2/>>. Acesso em: 21 fev. 2025.

YouTube. Disponível em: <[https://youtu.be/y2jLR\\_qvIHI?feature=shared](https://youtu.be/y2jLR_qvIHI?feature=shared)>. Acesso em: 21 fev. 2025.

Jogos no Sudeste Asiático Tamanho do Mercado. Disponível em: <<https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/southeast-asia-gaming-market>>. Acesso em: 21 fev. 2025.

Disponível em: <<https://www.amazon.com.br/Resident-Evil-Conspira%C3%A7%C3%A3o-Umbrella-1/dp/8582400764>>. Acesso em: 21 fev. 2025b.

ARAÚJO, J. M. F. JOGOS ELETRÔNICOS: INFLUÊNCIAS POSITIVAS E NEGATIVAS DOS GAMES EM MEIO A SOCIEDADE. Disponível em: <<https://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/atualidades/jogos-eletronicos-influencias-positivas-e-negativas-dos-games-em-meio-a-sociedade.htm>>. Acesso em: 21 fev. 2025.

DESAFIOS, C. E. A INDÚSTRIA E O MERCADO DE JOGOS DIGITAIS NO BRASIL. Disponível em: <<https://www.sbgames.org/sbgames2018/files/papers/IndustriaFull/188510.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2025.

Retroavengers. Disponível em: <<https://www.retroavengers.com.br/>>. Acesso em: 25 fev. 2025.

Top Games Brasil. Disponível em: <<http://www.topgamesbrasil.com.br/>>. Acesso em: 25 fev. 2025.

CUSTODIO, A. Acabou, amigos: mais uma grande revista de games deixará de existir. Disponível em: <<https://meups.com.br/noticias/grande-revista-de-games-deixara-de-existir/>>. Acesso em: 27 mar. 2025.

TECNOLOGIA, T. Revista Superp?ster – Uncharted 4. Disponível em: <<https://www.rank1.com.br/leitura/super-posteres/revista-superposter-uncharted-4>>. Acesso em: 27 mar. 2025.

Revista Gamers Completa!!! Disponível em: <<https://datassette.org/2020/01/28/revista-gamers-completa>>. Acesso em: 27 mar. 2025.

SILVA, A. Videogame é coisa de criança? Não no Brasil, revela pesquisa. Disponível em: <[https://www.terra.com.br/gameon/vida-gamer/videogame-e-coisa-de-crianca-nao-no-brasil-revela-pesquisa%2Cfda8778ea35d02346896bc68594d0adfdwivakv8.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.terra.com.br/gameon/vida-gamer/videogame-e-coisa-de-crianca-nao-no-brasil-revela-pesquisa%2Cfda8778ea35d02346896bc68594d0adfdwivakv8.html?utm_source=chatgpt.com)>. Acesso em: 21 fev. 2025.

Old Gamer Edição 1: Editora Europa Revistas Digitais. Disponível em: <<https://www.europadigital.com.br/old-gamer/1>>. Acesso em: 27 mar. 2025.

Disponível em: <<https://store.epicgames.com/pt-BR/p/valorant>>. Acesso em: 28 mar. 2025.

Apresentando Counter-Strike 2. Disponível em: <<https://www.counter-strike.net/cs2?l=brazilian>>. Acesso em: 28 mar. 2025.

Disponível em: <<https://store.epicgames.com/pt-BR/p/rainbow-six-siege>>. Acesso em: 28 mar. 2025b.

Hitman 3 | Gameplay Trailer | PS5, PS4, PS VR. IO Interactive A/S, , 8 dez. 2020. . Acesso em: 28 mar. 2025.

Uncharted: Legacy of Thieves Collection – pre-order trailer | PS5. Sony Interactive Entertainment, , 7 dez. 2021. . Acesso em: 28 mar. 2025.

CURY, M. E. De Ação Games até Nintendo World: livro com mais de 3 mil revistas brasileiras sobre videogames será publicado em 2025. Disponível em: <<https://br.ign.com/games/124270/news/de-acao-games-ate-nintendo-world-livro-com-mais-de-3-mil-revistas-brasileiras-sobre-videogames-sera>>. Acesso em: 28 mar. 2025.

VIDEO GAME CONVENTIONS; WINDOWS CENTRAL; RADAR, G. Calendário Gamer: confira os eventos de jogos em 2021. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/gameon/geek/calendario-gamer-confira-os-eventos-de-jogos-em-2021,af54b1b9b5ee2855e5451efed1e679aaog2w8xga.html>>. Acesso em: 28 mar. 2025.

SOARES, T. Principais eventos de games no Brasil e no mundo. Disponível em: <<https://gogamers.gg/gamepedia/principais-eventos-de-games-brasil-mundo/>>. Acesso em: 28 mar. 2025.

Checkpoint. Disponível em: <<https://gameplay.fandom.com/pt-br/wiki/Checkpoint>>. Acesso em: 11 abr. 2025.

Mais da metade dos gamers no Brasil são pretos ou pardos, aponta pesquisa. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2023/03/mais-da-metade-dos-gamers-no-brasil-sao-pretos-ou-pardos-aponta-pesquisa-edjogos.ghml>>. Acesso em: 28 mar. 2025.

Mercado gamer: os dados que você precisa saber. Disponível em: <<https://www.negociossc.com.br/blog/mercado-gamer-os-dados-que-voce-precisa-saber/>>. Acesso em: 28 mar. 2025.

51,5% do público gamer no Brasil é composto por mulheres. Disponível em: <<https://www.folhape.com.br/colunistas/tecnologia-e-games/515-do-publico-gamer-no-brasil-e-composto-por-mulheres/24170/>>. Acesso em: 28 mar. 2025.

Público feminino na ponta! Pesquisa mostra que mulheres são a maioria entre gamers no Brasil. Disponível em: <<https://www.tudocelular.com/android/noticias/n158733/mulheres-maioria-publico-gamer-brasil.html>>. Acesso em: 28 mar. 2025.

Instagram. Disponível em: <[https://www.instagram.com/retrogamessergipe\\_/](https://www.instagram.com/retrogamessergipe_/)>. Acesso em: 28 mar. 2025.

QR Code: uma nova tendência para os impressos. Disponível em: <<https://carocodejaca.wordpress.com/2011/03/23/qr-code-uma-nova-tendencia-para-os-impressos/>>. Acesso em: 11 abr. 2025.

Quadro Spotify Qr Code Música Foto Personalizado. Disponível em: <[https://www.marinhoquadros.com.br/MLB-3172172230-quadro-spotify-qr-code-musica-foto-personalizado-\\_JM](https://www.marinhoquadros.com.br/MLB-3172172230-quadro-spotify-qr-code-musica-foto-personalizado-_JM)>. Acesso em: 11 abr. 2025.

GUU. SKIN GRATIS NO EVENTO MUSICAL VERDADE OU MENTIRA NO FORTNITE CAPITULO 5 , Taylor Swift NO FORTNITE. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=DgGKwwogVsg>>. Acesso em: 11 abr. 2025.

HEATH, D. 6 most iconic checkpoints in games. Disponível em: <<https://gamerant.com/most-iconic-checkpoints-games/>>. Acesso em: 11 abr. 2025.

Behance. Disponível em: <<https://www.behance.net/gallery/228150165/REVISTA-GAMER-TRABALHO-UNIVERSITARIO>>. Acesso em: 30 jul. 2025.