

**DESIGN DE PERSONAGEM E MEMÓRIA AFETIVA:  
Estudo de Caso dos personagens da série Irmão do Jorel**

**CHARACTER DESIGN AND AFFECTIVE MEMORY:  
A Case Study of the Characters from the Series Jorel's Brother**

Alicie Valenssa Martins Roza\*  
Dr. Luhan Dias Souza\*\*

DOI: 10.5281/zenodo.19023503

**Como citar este artigo:**

ROZA, Alicie Valenssa Martins; SOUZA, Luhan Dias. *Design de personagem e memória afetiva: estudo de caso dos personagens da série Irmão do Jorel*. *Revista Quadros-Chave*, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 7–46, 2025.

**Resumo**

Este artigo investiga as relações entre *design* de personagem e memória afetiva a partir de estudos de caso dos personagens da animação Irmão do Jorel. A análise concentra-se em como o *design* de personagens pode evocar respostas afetivas e estabelecer conexões entre entretenimento e percepção emocional. A pesquisa é de natureza básica, com abordagem qualitativa e exploratória, oferecendo uma reflexão inicial sobre o potencial da memória afetiva no *design* de personagens.

**Palavras-chave:** *Design de Personagem, Memória Afetiva, Séries de Animação, Irmão do Jorel.*

**Abstract**

*This article investigates the relationships between character design and affective memory through case studies of characters from the animated series Jorel's Brother. The analysis focuses on how character design can evoke affective responses and establish connections between entertainment and emotional perception. The research is basic in nature, with a qualitative and exploratory approach, providing an initial reflection on the potential of affective memory in character design.*

**Keywords:** *Character Design, Affective Memory, Animated Series, Jorel's Brother*

---

\* Formada em Artes Visuais Licenciatura na Escola de Design da UEMG, e-mail: 11alicie04@gmail.com.

\*\* Professor orientador Luhan Dias Souza. Professor do curso de Cinema de Animação da Escola de Belas Artes da UFMG, email: luhan@ufmg.br.

## 1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa investiga as relações entre *design* de personagem e memória afetiva a partir da série de animação brasileira Irmão do Jorel. A análise concentra-se em como elementos do *design* — como forma, proporção, silhueta e cor — podem contribuir para gerar identificação e engajamento emocional nos espectadores. A série se destaca por personagens com características físicas, psicológicas e culturais brasileiras, capazes de evocar respostas afetivas e estabelecer vínculos entre entretenimento e percepção emocional.

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa e exploratória, com foco em estudos de caso de personagens da série Irmão do Jorel, especificamente o protagonista Irmão do Jorel e seu irmão mais velho, Jorel. O objetivo foi analisar como os elementos formais do *design* de personagem – incluindo forma, silhueta, proporções corporais, cores, expressividade de linha e posturas – contribuem para a construção de personalidade, caráter e percepção afetiva do público.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O *design* de personagem (DP) é fundamental na construção de narrativas animadas, conferindo identidade, expressividade e personalidade aos personagens. Elementos como forma, proporção, silhueta e cor influenciam a percepção do espectador, permitindo que personagens se tornem reconhecíveis e emocionalmente envolventes.

A memória afetiva, entendida como o vínculo emocional entre indivíduo e estímulos visuais ou narrativos, é essencial para compreender a recepção de personagens animados. A série Irmão do Jorel, com personagens de traços físicos, comportamentais e culturais brasileiros, oferece um caso privilegiado para analisar

como o DP pode evocar respostas afetivas, promover identificação e fortalecer vínculos entre entretenimento e experiência emocional.

## 2.1 *Design* de personagem

O ato criador, segundo Ostrower (1987), é uma necessidade intrínseca ao ser humano, pois dar forma e significado às experiências faz parte de sua natureza cultural. A criatividade, portanto, está ligada à capacidade de ordenar o mundo e expressar a própria percepção de realidade. No contexto da animação, essa capacidade manifesta-se em múltiplas etapas produtivas, nas quais o *design* de personagem (DP) é uma das mais relevantes (Schirigatti; Avrichir, 2019). O DP, ao lado de outras etapas do processo, deve considerar limitações técnicas e narrativas, bem como o meio de exibição e o público a que se destina.

Autores como Poubel et al. (2012) e DeGuzman (2021) definem o DP como o processo de criação da aparência, personalidade e comportamento de um personagem, articulando estética e função narrativa. Para Seegmiller (2008), essa prática envolve a criação de algo que desperte reações e expectativas no público, exigindo do *designer* sensibilidade tanto às necessidades da mídia quanto às próprias intenções criativas. Nesteriuk (2018) complementa que o personagem é o eixo central das animações, e sua dimensão visual constitui o principal meio de expressão de sua interioridade.

De acordo com DeGuzman (2021), o *designer* de personagem atua como um narrador visual, criando expressões que traduzem emoções e intenções. Essa função requer domínio técnico e artístico, envolvendo desenho, *visual storytelling* e trabalho colaborativo (CG Spectrum, 2022; Screen Skills, 2022). O portfólio, segundo o Instituto Tomie Ohtake (2016), é o principal instrumento de apresentação profissional, e a formação pode ocorrer em áreas como artes visuais, *design* ou ilustração.

O processo de DP é orientado por uma narrativa central, sendo influenciado pelo ambiente e pela função do personagem (Nesteriuk, 2018). O autor distingue personagens conforme sua relevância narrativa (principais, secundários ou figurantes), função (protagonistas e antagonistas) e profundidade psicológica (planos

ou esféricos). McKee (2013) diferencia “caracterização”, entendida como o conjunto de atributos observáveis, do “verdadeiro personagem”, revelado pelas escolhas sob pressão — conceito que reforça a importância da coerência entre dimensão interna e externa no *design*.

A criação de personagens também é permeada por referências pessoais. Beiman (2007) destaca que elementos biográficos humanizam personagens e facilitam a identificação do público, enquanto Santos (2021) observa que a empatia gerada por essa conexão é capaz de envolver emocionalmente o espectador. Essas referências, entretanto, passam por distorções estilísticas conforme as necessidades narrativas (Nesteriuk; Massarolo, 2021). Assim, protagonistas tendem a se aproximar de pessoas reais, ao passo que antagonistas frequentemente assumem formas mais caricaturais ou simbólicas.

Pode-se observar isso no desenho animado “As Meninas Superpoderosas” no qual as protagonistas, mesmo tendo superpoderes, têm atitudes parecidas com as de crianças. Isso é potencializado pelas características físicas delas que se assemelham a de crianças humanas como a cabeça e olhos grandes em relação ao corpo (fig. 1), por exemplo.

**Figura 1** - As Meninas Superpoderosas



Fonte: As Meninas Superpoderosas: O Filme, 2002.

Já um dos principais antagonistas desse desenho animado *Ele* (fig. 2), tem suas características psicológicas, como maldade e egoísmo, tão exageradas que é difícil encontrar pessoas parecidas com ele no cotidiano. Por ser extremamente caricaturizado, é fácil para o público alvo do desenho, crianças de 2 a 11 anos de idade (Rosenfeld, 2000), relacionar Ele a um vilão já que suas atitudes são distantes do que a maioria delas vive em seu dia a dia. Esse exagero é refletido em seu *design*, visto que, seu tom de pele, orelhas e mãos são nitidamente diferentes dos padrões humanos convencionais, potencializando seu papel de antagonista na narrativa. Esse DP também se relaciona diretamente aos estereótipos da figura do diabo que são expostos às crianças pequenas desde muito cedo, como a pele vermelha e o nariz pontudo. Outro aspecto evidente nesse personagem é que ele subverte normas de gênero ao possuir elementos comumente associados à expressão de gênero feminina convencional como seus sapatos com salto, babados rosa e o uso de maquiagem. Ao associar esses elementos muito presentes na expressão de gênero de pessoas LGBTQIA+, principalmente homens gays, esse DP acaba associando aspectos culturais de certas minorias à imagem do demônio. Dessa maneira, de forma inconsciente, a criança pequena pode acabar estabelecendo preconceitos em relação aos elementos representados em certo DP e, nesse caso, enxerga nitidamente o personagem Ele como uma figura do mal.

**Figura 2 – Ele**



Fonte: Wiki Powerpuff, 2022.

Conforme Nesteriuk e Massarolo (2021) a forma como o artista percebe e se relaciona com sua realidade influenciam, de maneira consciente ou não, seu processo criativo fazendo com que os personagens sejam representações humanas com uma dimensão interna e externa. Os autores afirmam que o aspecto visual de um personagem cumpre o papel de externalizar seu perfil psicológico de forma que o público consiga inferir a personalidade por meio do *design* desse personagem. A dinâmica visual do personagem não é composta apenas pela forma física, roupas e silhueta, mas também pelas poses, linguagem corporal e a maneira como ele se porta e interage com outros personagens.

[...] mesmo que inspiradas em pessoas reais, as personagens de uma animação reagirão aos estímulos e acontecimentos do universo de uma trama ficcional, exigindo do roteirista uma boa dose de imaginação. Criar uma personagem é, portanto, um exercício complexo e envolve duas esferas complementares, uma interna (psicológica) e outra externa (visual). (Nesteriuk, 2018, p. 193)

## 2.2 Processos criativos em *Design* de Personagens

White (2006) ressalta que o *design* de personagens (DP) deve ser concebido considerando o contexto da série ou produção em que se insere. Um bom *design* precisa funcionar tanto individualmente quanto em conjunto com outros elementos visuais, mantendo coerência estilística e consistência estética entre personagens, cenários e demais componentes da animação. O autor também destaca a importância de preservar a unidade visual ao longo do processo criativo, observando aspectos como nível de detalhe, complexidade, movimentação e papel narrativo de cada personagem.

De modo complementar, Martins (2022) descreve um fluxo de trabalho que reflete práticas recorrentes entre profissionais da área. O processo inicia-se com o *briefing*, que define o tom da narrativa, o público-alvo e as características gerais do universo ficcional. Em seguida, ocorre a coleta de referências visuais, a elaboração de esboços exploratórios e o refinamento das propostas, resultando em versões mais coesas do personagem. A construção de uma pose marcante e o estudo de expressões faciais reforçam sua personalidade e papel narrativo, enquanto a definição das cores e o *turnaround* garantem consistência visual para a equipe de produção.

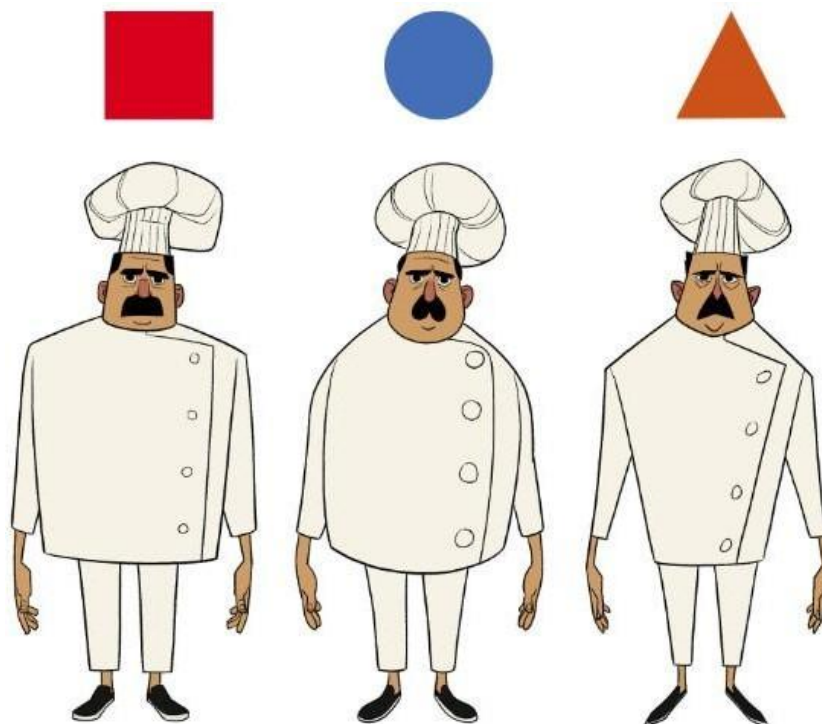
De acordo com Nesteriuk (2018), o DP deve equilibrar as exigências narrativas e técnicas da animação, articulando forma, movimento e expressividade. Já Dondis (2003) aponta que as decisões visuais envolvem tanto fundamentos perceptivos quanto princípios de composição, o que exige do artista sensibilidade estética e domínio técnico. Assim, o processo criativo em DP é guiado por múltiplos fatores — narrativos, técnicos e estilísticos — que visam à coerência entre a aparência e a essência do personagem.

## 2.3 Forma e proporção

As formas geométricas são elementos fundamentais na construção da expressão visual de um *design* de personagem (DP). Conforme Dondis (2003), cada

forma carrega significados perceptivos distintos, sendo o quadrado associado à estabilidade, o triângulo à ação e o círculo à harmonia. A escolha dessas estruturas básicas contribui para reforçar aspectos da personalidade do personagem e pode ser manipulada de forma contrastante, combinando diferentes formas ou subvertendo suas associações tradicionais para gerar resultados mais originais e expressivos, como pode ser visto na figura 3, em que os personagens foram construídos tendo base determinadas formas geométricas, mas contém em seu *design* variações de formas.

**Figura 3** - Formas no *design* de personagens



Fonte: 21 Draw, 2019.

As proporções, por sua vez, exercem papel determinante na percepção da personalidade e da fisicalidade do personagem. Certos arquétipos visuais influenciam o público — como heróis representados por figuras altas e musculosas — e impactam também a mobilidade e a anatomia funcional do personagem dentro da animação (Nesteriuk, 2018). A postura, o equilíbrio e a linguagem corporal derivam diretamente

dessas escolhas, permitindo que atitudes, emoções e estados de espírito sejam comunicados visualmente (fig. 4). Assim, a coerência entre forma, proporção e movimento é essencial para que o personagem seja convincente em seu papel narrativo.

**Figura 4 - Action poses feitas por Tom Bancroft**



Fonte: 21 Draw, 2014.

O controle das proporções também inclui a relação entre a altura da cabeça e do corpo, conhecida como “altura de cabeças”. Tirgoala (2015) recorda os cânones clássicos das artes visuais, como os de Policleto e Lísipo, que propunham, respectivamente, proporções de sete e oito cabeças de altura. Enquanto obras

realistas e super-heróis tendem a seguir o cânone de oito cabeças, produções mais estilizadas, como *As Meninas Superpoderosas* (2002), distorcem essa proporção, resultando em personagens mais cartunizados e expressivos. De modo geral, quanto maior a cabeça em relação ao corpo, mais a expressividade se concentra no rosto; quanto menor, mais ela se manifesta através do corpo e do movimento.

## 2.4 Silhueta

Para compreender o conceito de silhueta de personagem se faz importante uma reflexão sobre a ideia de forma e contraforma. Essa ideia se assemelha ao conceito de positivo e negativo (fig. 5) apresentado por Dondis (2003), a autora caracteriza o positivo como o elemento dominante na composição visual podendo se assemelhar ao conceito de forma. O espaço que envolve a área positiva da composição leva o nome de negativo, a contraforma que se encontra em contraste com o elemento positivo. Portanto a ideia de silhueta pode se relacionar com as formas simplificadas que chamam a atenção do leitor quando em contraste com um espaço negativo ou menos atrativo.

**Figura 5** - Exemplos de positivo e negativo



Fonte: *Sintaxe da Linguagem Visual*, p.48, 2003.

A silhueta de um personagem é uma de suas informações mais marcantes, em razão de seu contorno contra o cenário ser uma das primeiras impressões postas sobre o espectador. Dessa maneira a silhueta do personagem deve ser marcante e reconhecível concentrando-se sempre nos objetivos do *designer* de personagem, qual

papel esse personagem desempenha na narrativa, sua personalidade, história de vida, dentre outros aspectos. Os elementos anteriormente discutidos: forma, proporção e altura de cabeças são participantes ativos na determinação de uma silhueta memorável de um personagem. Além disso, as formas e elementos que compõem o DP devem ser pensados de modo que a silhueta se mantenha clara e legível nas diversas poses que esse personagem executará. Na figura 6 a seguir temos bons exemplos de silhuetas de personagens famosos.

**Figura 6 - Silhuetas de personagens famosos**



Fonte: Thoughtink cosplay, 2015.

## 2.5 Cores

Após a definição de uma silhueta marcante as cores são um elemento visual com o potencial de reforçar a mensagem preterida pelo *designer* de personagens ou até mesmo subvertê-la.

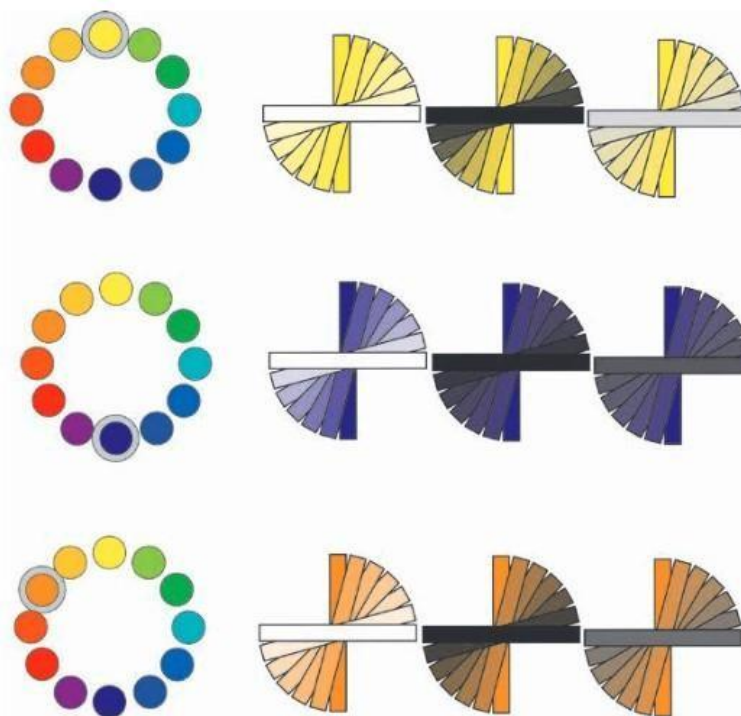
A cor está, de fato, impregnada de informação, e é uma das mais penetrantes experiências visuais que temos todos em comum. Constitui, portanto, uma fonte de valor inestimável para os comunicadores visuais. (Dondis, 2003, p.64)

Em sua obra Dondis (2003) dedica um tópico do capítulo 3: *Elementos Básicos da Comunicação Visual* somente para as cores. A autora disserta sobre as diferentes

significações simbólicas e associativas atreladas às cores, de maneira que a cor seja considerada um elemento visual extremamente importante na leitura de uma imagem. Ao analisar as três cores primárias: amarelo, vermelho e azul é possível perceber certas características associadas a cada uma delas. Amarelo é a cor mais próxima da luz, sendo então comumente associada ao calor, conforto e amizade, o vermelho é uma cor mais emocional e ativa relacionando-se a energia, fúria e até perigo, já o azul é uma cor mais suave e passiva, remetendo a segurança, tristeza e intelectualidade (Dondis, 2003). Além disso, a autora comenta sobre a influência dessas cores primárias umas sobre as outras em misturas. Por exemplo: o azul pode acalmar a energia do vermelho (roxo) e suavizar o calor do amarelo (verde), porém o amarelo pode intensificar ainda mais a energia do vermelho (laranja).

Luciana Silveira (2015) aborda os possíveis significados, efeitos físicos e psicológicos das cores. No decorrer do texto, a autora apresenta esquemas de combinações de cores, os quais são “formas de manipular o Círculo Cromático, encontrando possíveis paletas para a aplicação das cores em projetos” (Silveira, 2015, p.125). Alguns desses esquemas de cor relevantes para esta pesquisa serão descritos a seguir. O Esquema de Cores Monocromático (fig. 7) refere-se às paletas compostas por somente uma matiz em conjunto ao branco, preto ou cinza. Por ser um esquema de cores relativamente simples ele pode se tornar monótono, portanto é importante explorar as possibilidades de iluminação e sombreamento na aplicação de cores.

**Figura 7 - Esquema de cores monocromático**

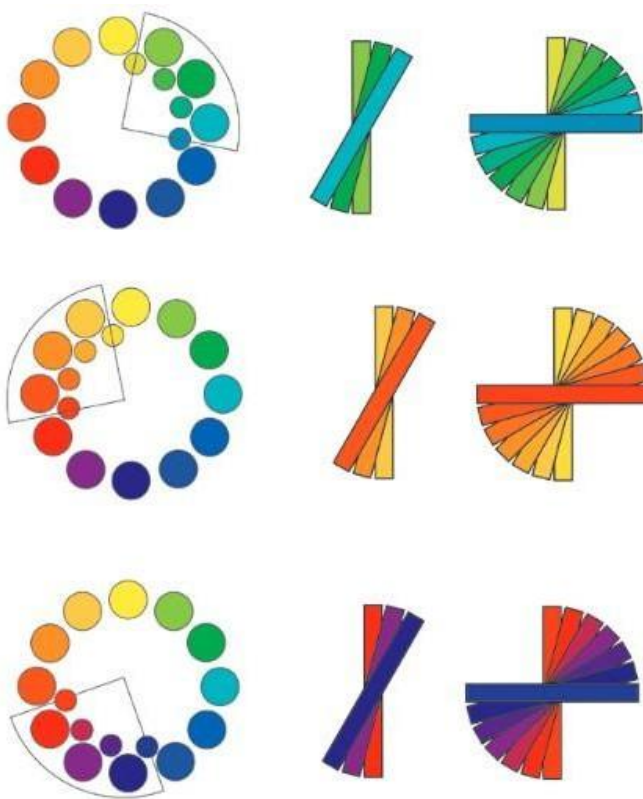


Fonte: Luciana Silveira, 2015.

O Esquema de Cores Análogas (fig. 8) é construído a partir de cores vizinhas ou bem próximas no círculo cromático, essa escolha de cores é bastante frequente por causar uma sensação de harmonia visual e conforto psicológico.

Quando se escolhe uma paleta com duas ou mais cores vizinhas ou muito próximas no Círculo Cromático, os olhos tendem a reconhecê-las como possuidoras de uma grande similaridade, promovendo a imediata interpretação de uma composição harmoniosa, consensual (Silveira, 2015, p.131).

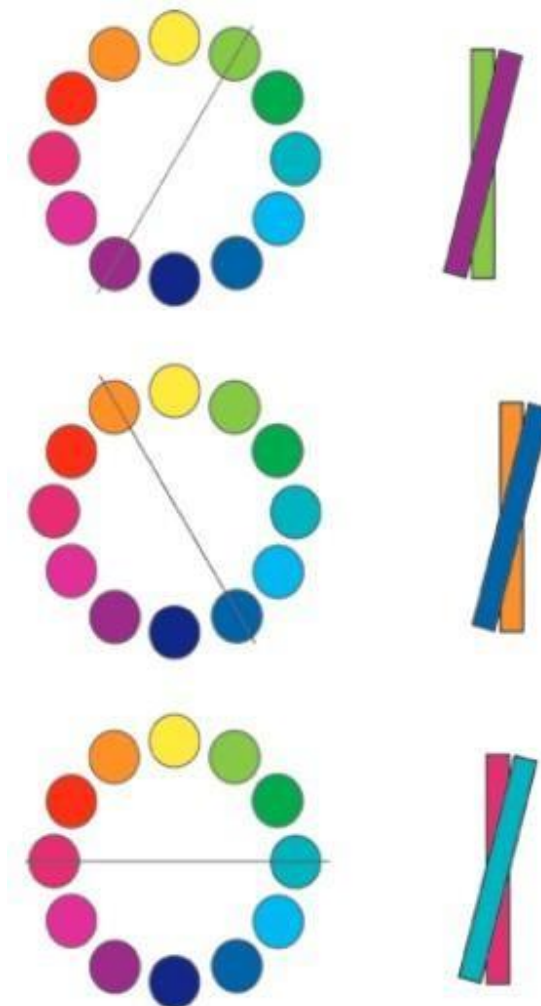
**Figura 8 - Esquema de cores análogas**



Fonte: Luciana Silveira, 2015.

O Esquema de Cores Diádicas Complementares (fig. 9) é composto por duas cores quaisquer no círculo cromático que são diretamente opostas. Esse esquema é extremamente contrastante e harmonioso, promovendo uma dualidade e oposição entre as cores que se desdobra em uma harmonia marcante e dinâmica já que as cores competem pela atenção dos olhos e potencializam uma à outra.

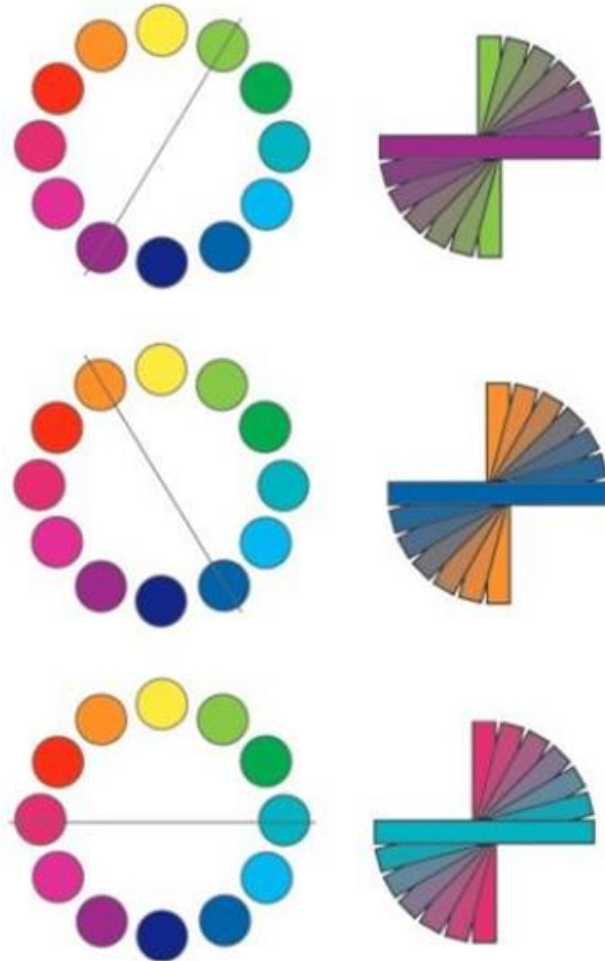
**Figura 9** - Esquema de cores diádicas complementares



Fonte: Luciana Silveira, 2015.

O Esquema de Cores Diádicas Tons-Rompidas (fig. 10) se parece muito com o Esquema de Cores Diádicas Complementares, porém a harmonia entre as cores diretamente opostas passa pelo cinza neutro fornecendo maior equilíbrio. O conceito de tons-rompidos refere-se a “somatória de todas as cores pigmento possíveis, o que resulta em um tom muito mais dinâmico que o preto” (Silveira, 2015, p. 135).

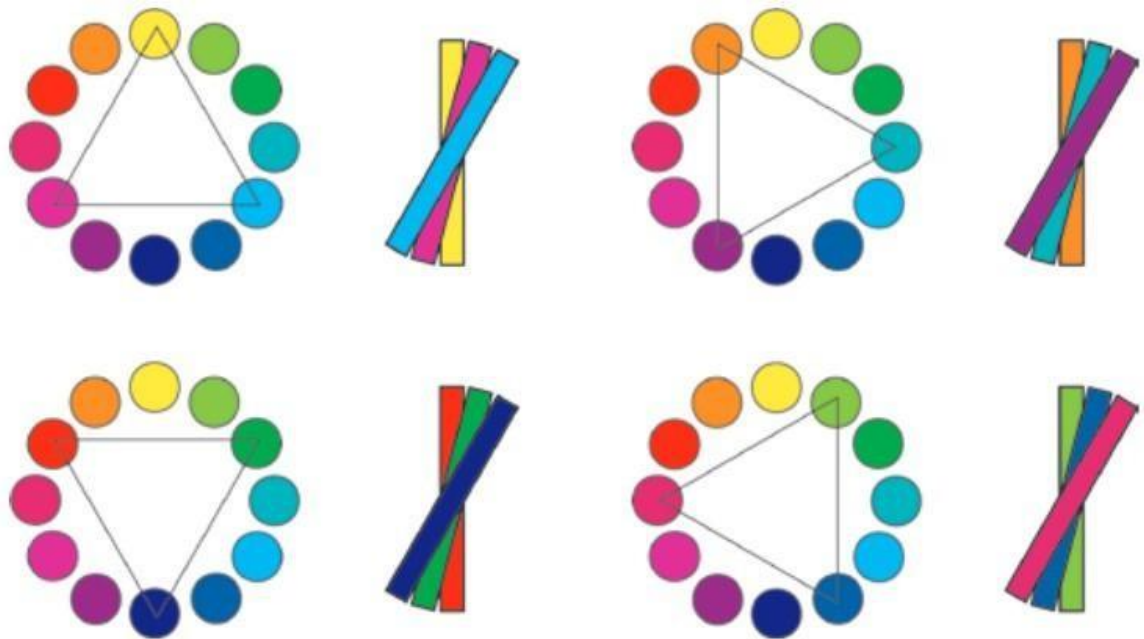
**Figura 10** - Esquema de cores diádicas tons-rompidas



Fonte: Luciana Silveira, 2015.

O Esquema de Cores Triádicas Assonantes (fig. 11) diz respeito ao equilíbrio perfeito de três cores equidistantes no círculo cromático por meio de um triângulo equilátero. Pelo fato desse esquema ser composto por duas cores opostas e uma intermediária o equilíbrio é atingido, assim como o equilíbrio geométrico advindo da disposição equidistante das cores.

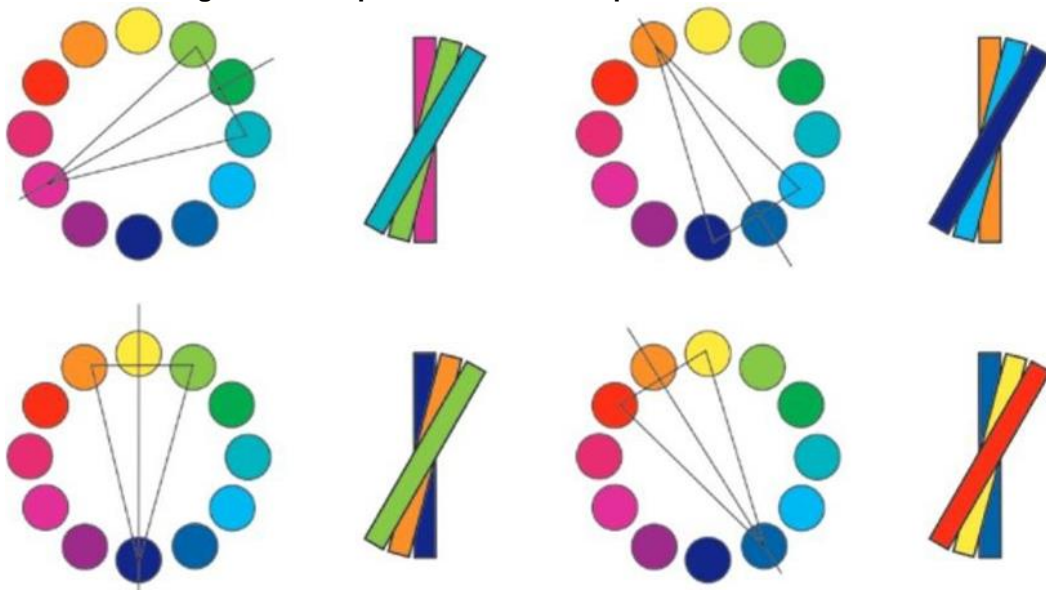
**Figura 11 - Esquema de cores triádicas assonantes**



Fonte: Luciana Silveira, 2015.

No Esquema de Cores Complementares Divididas (fig. 12) identifica-se duas cores complementares e se define as duas cores vizinhas de uma dessas cores, formando uma disposição conforme um triângulo isósceles. Esse esquema de cores oferece um dos maiores níveis de contraste, sendo superado apenas pelas cores exatamente opostas uma à outra. Dessa maneira obtém-se a harmonia e conforto na paleta de cores.

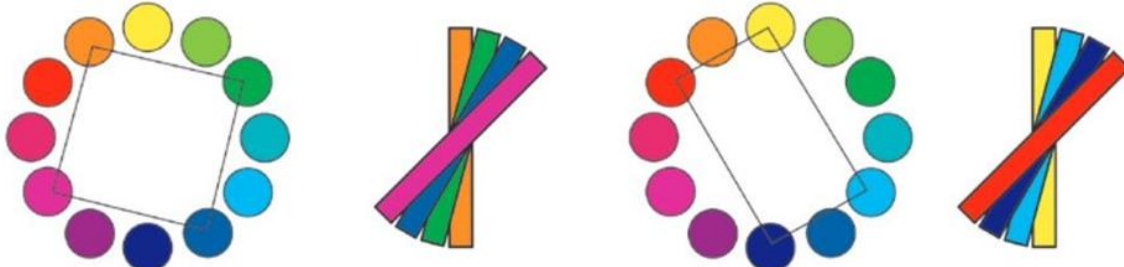
**Figura 12 - Esquema de cores complementares divididas**



Fonte: Luciana Silveira, 2015.

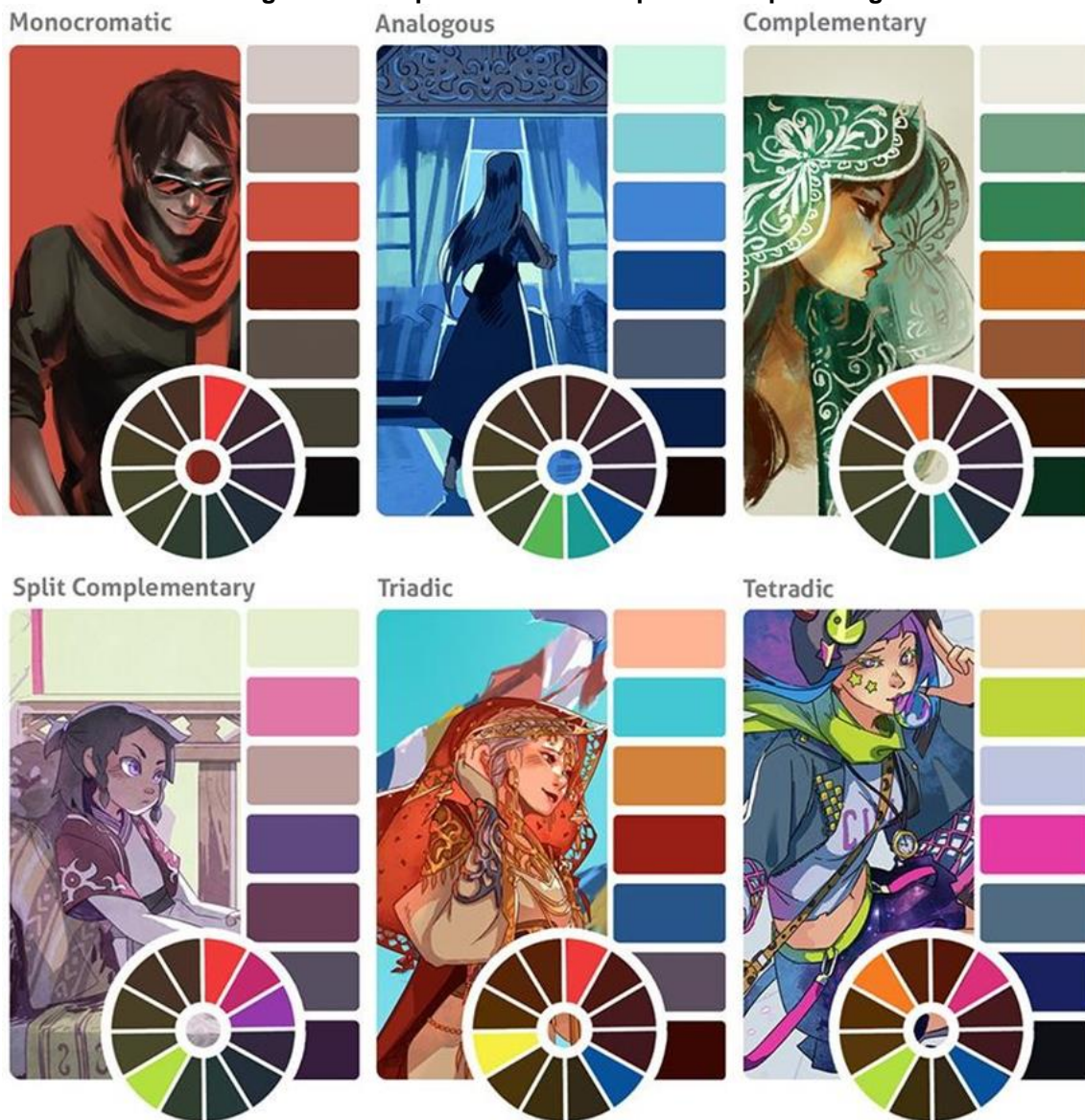
Por fim, os Esquemas com Quatro Cores (fig. 13) se apresentam como paletas complexas as quais podem resultar em combinações excitantes e prazerosas. Para construir esse esquema de cores deve-se identificar dois pares de cores opostas igualmente espaçados, de forma que sua posição delimite um quadrado ou retângulo. Visto que esse esquema é composto por pares de cores complementares, o resultado são paletas sofisticadas e equilibradas pela divisão de atenção entre as cores. Ao adicionar diferenças de saturação ou nuances de luminosidade a paleta resultante se torna ainda mais complexa, como pode ser visto na figura 14.

**Figura 13 - Esquema com quatro cores**



Fonte: Luciana Silveira, 2015.

**Figura 14 - Esquemas de cores aplicados a personagens**



Fonte: Art Rocket, 2022.

Não obstante, Silveira (2015) analisa algumas imagens pelo viés físico, fisiológico e cultural do significado das cores. Uma dessas análises é sobre um prédio verde o qual tem um adorno vermelho, rosa, amarelo e branco (fig. 15). Silveira aponta o contraste intenso na imagem, o verde reforça as cores vermelho e rosa, e essas cores reforçam o verde fazendo com que as cores potencializem umas às outras em um esquema de cores complementares e análogas. Do ponto de vista simbólico e

cultural a autora indica que o vermelho simboliza alegria, movimentação e comunicação e o verde harmonia e equilíbrio.

Aplicar a cor em projetos depende do equilíbrio entre estes três processos: estudar as informações e agregá-las a intuição, materializar e pensar nas soluções lapidando a materialização. (Silveira, 2015, p.163)

**Figura 15 - Imagem presente na página 154 do livro “Introdução à Teoria da Cor”**



Fonte: Luciana Silveira, 2015.

Assim sendo, as cores utilizadas em um DP devem ser escolhidas com tanta atenção quanto os outros elementos aqui discutidos, de forma que o personagem final consiga transmitir a mensagem desejada através de sua expressão visual e que seja atrativo para o público alvo.

### **3. ESTUDO DE CASO: *DESIGN DE PERSONAGEM EM IRMÃO DO JOREL***

As séries de animação televisivas têm papel central na consolidação do mercado brasileiro de animação, sobretudo por seu impacto cultural e educativo.

Produções animadas, ao alcançarem amplo público infantil por meio da televisão e da internet, configuram-se como ferramentas de descobrimento e construção identitária. Conforme observam Silva e Gomes (2009), os desenhos animados possuem grande potencial na formação do indivíduo e no processo de inclusão social, uma vez que participam ativamente da constituição simbólica de seus espectadores.

A trajetória da animação seriada no Brasil é marcada por obstáculos históricos de ordem social, política e econômica, que dificultaram o desenvolvimento da indústria nacional em comparação a países com tradição consolidada, como os Estados Unidos. Nesteriuk (2018) ressalta que, apesar das adversidades, a animação brasileira se destaca pela criatividade e pela perseverança técnica e artística. Produções pioneiras como *A Turma da Mônica* (1981–1985) inauguraram o campo televisivo nacional, seguidas por iniciativas como *Os Urbanóides* e *De Onde Vem?*, exibidas na TV Cultura. A criação da TV Rá-Tim-Bum, em 2004, representou um marco para a difusão de conteúdos nacionais e a consolidação de parcerias com estúdios independentes. No mesmo período, o Cartoon Network Brasil lançou o bloco *Cartum Netiurque*, incentivando curtas nacionais de autores como Laerte e Angeli.

A formação da Associação Brasileira de Produtores Independentes de Televisão (ABPITV) e o programa Brazilian TV Producers (BTVP) fortaleceram a presença brasileira em feiras internacionais e estimularam coproduções. A estreia de *Peixonauta* (2009), fruto da parceria entre a TV PinGuim e o canal Discovery Kids, consolidou a adoção de padrões internacionais de produção. Concomitantemente, políticas públicas e leis de incentivo – como a Lei nº 12.485/2011, que determina cotas de conteúdo nacional em canais de TV por assinatura – criaram condições para a ampliação da produção animada no país. Ribeiro (2018) observa que o chamado boom da animação brasileira, no início dos anos 2000, decorreu tanto da digitalização dos processos quanto da mobilização política de produtores e estúdios que pressionaram por políticas favoráveis ao setor.

Essas medidas, entretanto, beneficiaram majoritariamente grandes estúdios do eixo Rio–São Paulo, que concentram capital, infraestrutura e mão de obra especializada. Dados da Agência Nacional do Cinema (ANCINE, 2017) indicam que,

naquele ano, foram lançadas 213 obras de animação, entre curtas, médias, longas e séries, embora os estúdios ainda operem em condições precárias frente a produções estrangeiras. O cenário evidencia a necessidade de reflexão crítica sobre a estrutura produtiva e as desigualdades internas do setor, que restringem o potencial criativo e a diversidade estética da animação brasileira.

O *character design* (*design* de personagens) é um dos campos que mais se desenvolveu nesse contexto. Segundo Nesteriuk (2018), a especialização nessa área se justifica pela complexidade envolvida na tradução visual de elementos simbólicos e pela necessidade de adaptação a diferentes mídias e produtos licenciados. O mercado de animação, além de culturalmente relevante, é economicamente estratégico: movimenta bilhões de dólares globalmente e possibilita a exportação e o licenciamento de propriedades intelectuais.

A discussão sobre as condições de produção das animações brasileiras se relaciona com o conceito de indústria cultural formulado por Adorno e Horkheimer (1985), que descreve a transformação de bens simbólicos em produtos de consumo. Aplicado à animação, esse conceito evidencia como os conteúdos audiovisuais, mesmo voltados ao entretenimento infantil, são permeados por valores ideológicos e padrões culturais. Silva e Gomes (2009) apontam que a cultura de massa influencia comportamentos e expressões, sobretudo no ambiente escolar, o que torna indispensável uma leitura crítica das imagens produzidas e consumidas. Nesse sentido, o *design* de personagens exerce papel formador, pois as escolhas estéticas e conceituais feitas pelo *designer* podem reforçar ou romper estereótipos sociais e culturais.

Entre as produções contemporâneas que sintetizam a consolidação dessa indústria, destaca-se *Irmão do Jorel*, série infantil de comédia produzida pelo estúdio carioca Copa Studio, em parceria com o Cartoon Network Brasil e a TV Quase. Criada por Juliano Enrico e exibida desde 2014, a animação se tornou referência na produção nacional, sendo premiada em diversas ocasiões, inclusive com o Grande Prêmio do Cinema Brasileiro em 2019. Com episódios de curta duração e animação 2D digital, a série aborda o cotidiano de uma família de classe média em um ambiente tipicamente

brasileiro (fig. 16). Sua autenticidade deriva da inspiração nas memórias e experiências familiares do autor, o que confere ao universo narrativo uma brasilidade reconhecível pelo público.

A representatividade de personagens com traços e comportamentos próximos da realidade brasileira, somada a um humor sensível e crítico, faz de Irmão do Jorel um exemplo expressivo de *design* de personagem comprometido com a diversidade cultural. O protagonista – um menino anônimo, identificado apenas como “irmão do Jorel” – reflete a perspectiva infantil diante de um mundo confuso e hiperativo, enquanto o irmão mais velho encarna o ideal de carisma e popularidade. A construção desses personagens traduz um comentário social sobre identidade, pertencimento e visibilidade, reafirmando o potencial da animação brasileira como meio de reflexão e expressão simbólica.

Dessa forma, o estudo do *design* de personagens em Irmão do Jorel revela como a animação nacional contemporânea articula estética, crítica social e identidade cultural. Inserida em um sistema produtivo condicionado por políticas públicas e pela lógica da indústria cultural, a série reafirma a capacidade da animação brasileira de resistir, inovar e dialogar com seu público a partir de um imaginário próprio, sustentado por processos criativos sensíveis à diversidade e à crítica social.

**Figura 16 - Família principal de Irmão do Jorel**



Fonte: CosmoNerd, 2017.

### 3.1 Metodologia de análise

O procedimento metodológico consistiu na observação detalhada das artes conceituais e *action poses* dos personagens, produzidas pelo *designer* Vini Wolf (2011–2014). Cada personagem foi analisado separadamente, com atenção às formas predominantes em seus corpos e silhuetas, à escolha e ao arranjo das cores e à expressividade dos elementos visuais. A interpretação desses aspectos foi apoiada em referências teóricas sobre *design* e percepção visual, incluindo Tillman (2011) para a leitura das formas geométricas e Dondis (2003) para análise cromática.

Além disso, a análise buscou compreender o papel da memória afetiva no processo de recepção dos personagens, considerando como elementos visuais, comportamentais e culturais presentes no *design* poderiam estabelecer vínculos emocionais com o público. Para isso, foram exploradas conexões entre experiências individuais, elementos culturais brasileiros e o conceito de *Look and Feel*, adaptado do campo do *design*, de modo a relacionar percepções de brasilidade, diversidade familiar e identificação com situações cotidianas presentes na série.

Dessa forma, a metodologia articulou análise formal do *design* de personagens e interpretação teórica de memórias culturais e afetivas, permitindo discutir como o DP atua como mediador simbólico e emocional entre obra e espectador, sem recorrer a avaliações quantitativas ou medições de respostas afetivas efetivas do público.

### 3.2 Estudo crítico do *design* de personagem em Irmão do Jorel

A seguir serão feitos dois estudos de caso acerca do DP de personagens importantes da série animada Irmão do Jorel: o protagonista Irmão do Jorel e seu irmão mais velho Jorel.

#### 3.2.1 Estudo de caso *Irmão Do Jorel*

Irmão do Jorel é o protagonista da série homônima, um garoto de oito anos filho caçula de uma grande família de pessoas excêntricas. Ele é uma criança alegre e

hiperativa de imaginação fértil que gosta de brincar e assistir filmes de seu maior ídolo, o astro de cinema fictício Steve Magal. É ingênuo e muito criativo, porém vive às sombras de um de seus irmãos mais velhos, Jorel, um menino extremamente popular que é adorado por todos a sua volta. Mesmo assim o Irmão do Jorel é querido por todos e tem um bom relacionamento com seus familiares e amigos, principalmente sua melhor amiga Lara. No decorrer da série o garoto passa por diversas situações comuns ao mundo dos pré-adolescentes como fazer novas amizades, ter um interesse amoroso e ter ciúmes de seu irmão mais velho Jorel. Em alguns momentos ele demonstra sua insegurança como irmão caçula de um garoto popular, mas suas qualidades geralmente são validadas pela sua família e amigos. O Irmão do Jorel é o personagem mais próximo do público alvo, tendo uma personalidade e atitudes parecidas com as de diversos meninos de oito anos e isso é refletido em seu *design* (fig. 17 e 18) o qual se relaciona mais diretamente com as crianças do mundo real.

**Figura 17 - Design de personagem Irmão do Jorel**

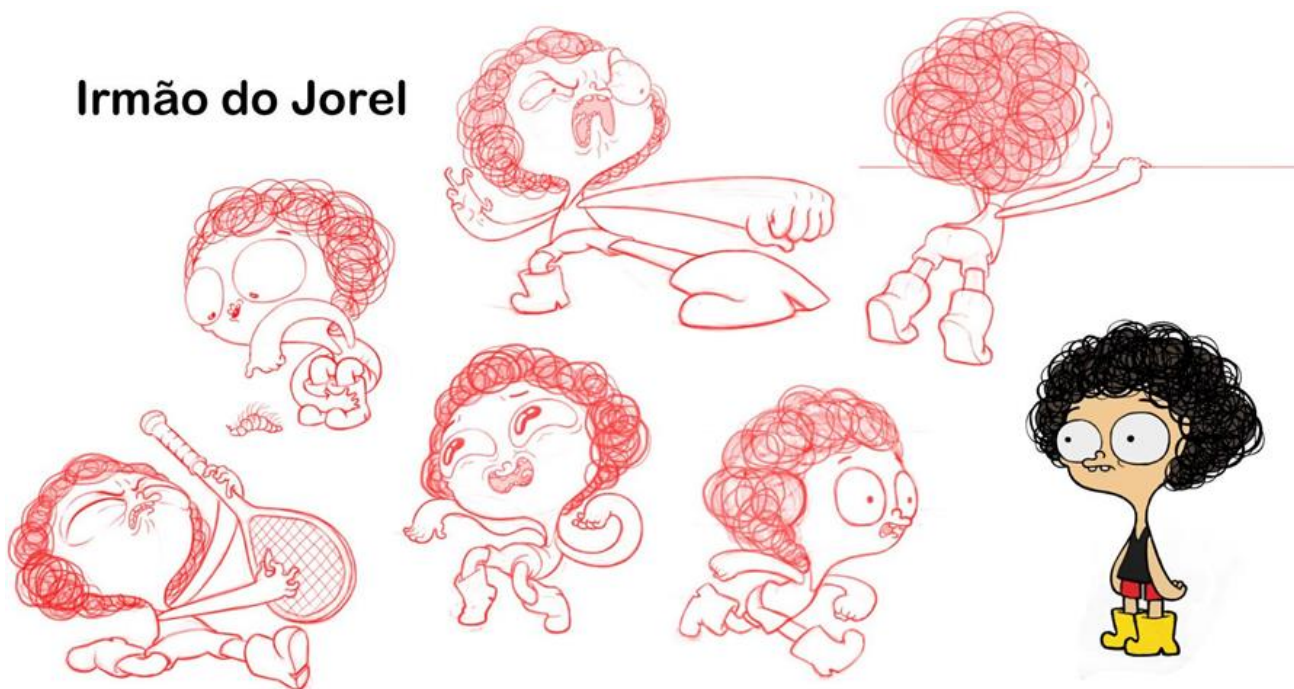
## Irmão do Jorel



Fonte: Vini Wolf, [entre 2011 e 2014].

**Figura 18 - Action poses Irmão do Jorel**

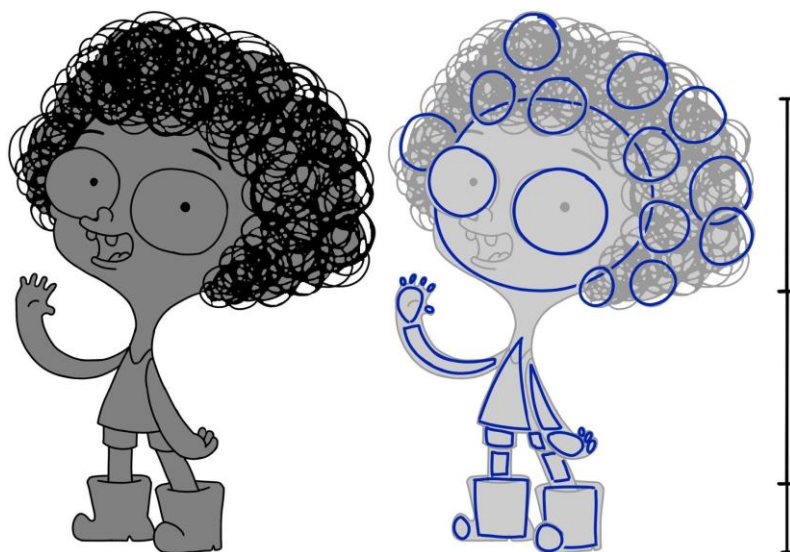
**Irmão do Jorel**



Fonte: Vini Wolf, [entre 2011 e 2014].

Percebe-se uma prevalência de formas circulares no DP do Irmão do Jorel, Tillman (2011) considera que os círculos utilizados em personagens podem se relacionar com a graciosidade, brincadeira, conforto, união, proteção, infantilidade e inocência. Vários dos círculos presentes no personagem são assimétricos, o que reforça a ideia de infância e diversão, portanto o *Irmão do Jorel* é lido como um personagem amigável. Sua altura é um pouco mais de duas cabeças fazendo com que o tamanho de sua cabeça facilite a visualização de suas expressões faciais e aproxime ainda mais esse personagem do público. Apontamentos evidenciados na figura 19.

**Figura 19** - Formas no *design* do Irmão do Jorel



Fonte: Ilustração do autor em cima da arte de Vini Wolf (Roza, 2022).

A silhueta do Irmão do Jorel (fig. 20) é formada por formatos orgânicos com diversas curvas e assimetria, a pose do personagem é nítida e a mão levantada longe do corpo faz com que a sua saudação seja facilmente entendida. O tamanho da cabeça é evidentemente maior que o de seu corpo fazendo com que ele seja visto como uma criança pequena, o fato de suas galochas serem desproporcionais a seus pés também potencializa esse entendimento.

Um aspecto interessante nesse DP é a silhueta formada pelo cabelo do Irmão do Jorel. A escolha de representar seu cabelo cacheado com diversas curvas emaranhadas que são salientadas em sua silhueta faz alusão aos pensamentos conflitantes que o personagem tem, podendo se relacionar aos “nós” em sua cabeça. Em razão dele ser o único personagem da série com o cabelo representado dessa forma, pode-se concluir que essa foi uma decisão tomada pelo *designer* de personagem com base no perfil psicológico e papel narrativo do Irmão do Jorel. Dessa maneira a silhueta representa uma criança amigável, divertida e curiosa, mas que passa por diversos conflitos internos.

**Figura 20** - Silhueta do Irmão do Jorel



Fonte: Ilustração do autor em cima da arte de Vini Wolf (Roza, 2022).

A paleta de cores do Irmão do Jorel (fig. 21) é composta principalmente por tons de cinza, amarelo e rosa. De acordo com Dondis (2003) essas cores remeteriam a amizade, calor, conforto e energia. Essa paleta se encontra próxima do esquema de cores análogas, passando pelos tons-interrompidos ou tons neutros e é composta por cores quentes. Assim sendo, as cores utilizadas no *design* desse personagem refletem sua personalidade divertida, agitada e amigável.

**Figura 21** - Cores no *design* do Irmão do Jorel



Fonte: Ilustração do autor em cima da arte de Vini Wolf (Roza, 2022).

### 3.2.2 Estudo de caso Jorel

Jorel é o antagonista da série, um garoto de treze anos que é extremamente popular na escola, em casa e na sua cidade. Ele é inteligente e excessivamente talentoso, conseguindo executar qualquer tarefa perfeitamente mesmo que nunca tenha feito aquilo antes. Por ter diversas conquistas e ser habilidoso naturalmente ele é seguro de si desde pequeno e por ser filho do meio não aceita ter perdido o título de filho caçula para seu irmão mais novo, o Irmão do Jorel. Sua personalidade e características são exageradas, sua beleza é descrita como exótica e seu talento como descomunal, dessa forma Jorel representa uma figura perfeita quando colocado em contraste ao seu irmão mais novo.

A aparência perfeita de Jorel provavelmente sofre a distorção do ponto de vista de seu irmão mais novo, já que não é comum garotos de treze anos serem prodígios em tudo o que fazem na vida real. Essa visão caricata e idolatrada de um irmão caçula sobre seu irmão mais velho é refletida em seu *design* (fig. 22 e 23), Jorel sempre porta uma expressão calma e confiante e usa roupas mais descoladas que as do Irmão do Jorel fazendo com que a diferença em personalidade dos dois seja nítida.

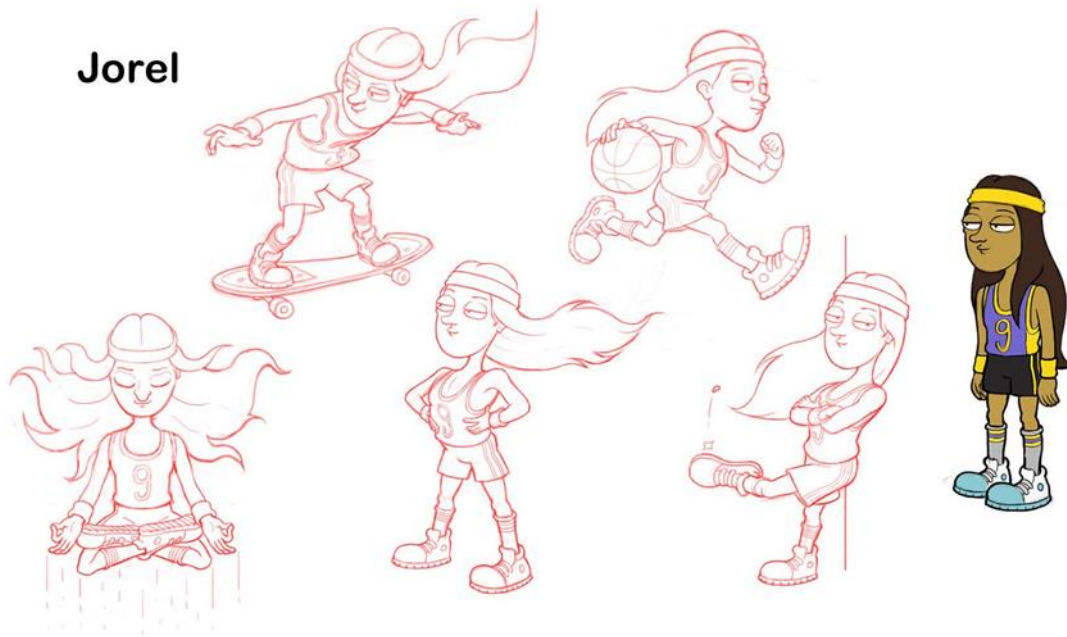
**Figura 22 - Design de personagem Jorel**

## Jorel



Fonte: Vini Wolf, [entre 2011 e 2014].

**Figura 23 - Action poses Jorel**



Fonte: Vini Wolf, [entre 2011 e 2014].

A forma mais prevalente no *design* do Jorel são os quadriláteros, segundo Tillman (2011) essas formas se relacionam a estabilidade, confiança, honestidade, ordem, conformidade, segurança e masculinidade. Por serem formas com caráter mais estático, o uso dos quadriláteros no DP do Jorel transmite a ideia de um personagem confiante e seguro de si, calmo e maduro. Sua altura é dividida proporcionalmente entre cabeça, tronco, quadris e pernas o que possibilita uma boa visibilidade de seu corpo como um todo, assim seus movimentos parecem mais elegantes e fluidos. Apontamentos evidenciados na figura 24.

**Figura 24 - Formas no *design* do Jorel**



Fonte: Ilustração do autor em cima da arte de Vini Wolf (Roza, 2022).

A silhueta do Jorel (fig. 25) é composta por formas alongadas e a área preenchida pelo personagem é mais enxuta, tanto que toda a sua parte superior pode ser simplificada por um retângulo. A presença de quadriláteros marcantes em sua silhueta reforça a sensação de estabilidade que ele transmite e a proporção de seus membros faz com que ele pareça ser alto, se assemelhando a fisionomia de um jogador de basquete. Seu cabelo é representado por uma curva suave o que pode se relacionar com a sua personalidade calma e elegante. O cabelo de Jorel desempenha um papel importante em seu DP, suas madeixas longas e lisas potencializam suas poses dinâmicas e fazem com que seus movimentos sejam graciosos e suaves. A pose neutra e relaxada reflete a personalidade confiante e despreocupada de Jorel fazendo com que ele seja lido como um personagem seguro de si mas que não precisa ser arrogante.

**Figura 25** - Silhueta do Jorel



Fonte: Ilustração do autor em cima da arte de Vini Wolf (Roza, 2022).

A paleta de cores do Jorel (fig. 26) é composta majoritariamente por amarelos e azuis, segundo Dondis (2003) essas cores transmitiriam a sensação de conforto, segurança e intelectualidade. A presença do azul nesse personagem esfria sua paleta fazendo com que suas cores se associem a calma e confiança e a presença do amarelo reforça a ideia de juventude. Assim, as cores utilizadas no *design* do Jorel reforçam a ideia de um personagem confiante, inteligente e jovem.

**Figura 26** - Cores no *design* do Jorel



Fonte: Ilustração do autor em cima da arte de Vini Wolf (Roza, 2022).

Ao comparar os aspectos acima discutidos dos dois personagens (fig. 27) percebe-se que o DP de ambos reforça a narrativa de que Jorel é mais velho, confiante e atlético que seu irmão mais novo. Dessa forma os *designs* desses personagens se comunicam de maneira eficiente no desenho animado, sendo um potencializador da narrativa e seus papéis dentro dela.

**Figura 27** - Comparação entre *Design* do Irmão do Jorel e Jorel



Fonte: Ilustração do autor em cima da arte de Vini Wolf (Roza, 2022).

#### 4. *DESIGN* DE PERSONAGEM E MEMÓRIA AFETIVA

Segundo Serra (2021) no campo da animação a memória serve como um meio de acesso ao passado, uma maneira de inserir novos personagens e pontos de vista em uma narrativa histórica dialogando com a memória individual e coletiva. Em seu trabalho Huyssen (2003) identifica um fenômeno o qual nomeia “cultura da memória”, o autor afirma que no século XXI a cultura museológica está cada vez mais em ascensão, tendo um aumento significativo no interesse pela memória iniciando na década de 1980. Não obstante, Huyssen (2003) pontua que a partir da lembrança de eventos históricos como o holocausto discussões sobre a memória e as relações que cada pessoa tem com determinadas memórias individuais e coletivas foi impulsionada. Além disso, Huyssen (2004) aponta que existe uma relação intrínseca entre a cultura da memória e as mídias, ao passo que, ao reproduzir narrativas históricas a cultura da memória consegue adicionar diversas camadas de significados. Dessa forma é possível que uma mídia se mantenha fiel à narrativa original ou que a distorça de tal forma que a transforme em um material completamente novo que será oferecido como produto de consumo.

No caso de Irmão do Jorel entende-se que as memórias da infância do criador Juliano Enrico tiveram um papel essencial na elaboração da série de animação, porém essa memória afetiva foi distorcida de forma que a série não tenha caráter autobiográfico. Dessa maneira os aspectos da memória afetiva do criador conseguem transcender a memória individual e se comunicar com a memória coletiva encontrando diversos significados na memória de cada espectador. Portanto ao observar o DP dos personagens da série Irmão do Jorel o público tem a possibilidade de relacionar suas próprias experiências e realidades às de personagens fictícios, criando então um vínculo afetivo com o desenho animado.

Essa experiência se assemelha ao conceito do *design Look and Feel* o qual “[...] consiste em tudo o que vemos e sentimos que nos faz relacionar com a marca em si.” (Laboreo, 2021). Esse conceito de *Look and Feel* pode ser expandido de forma que englobe também elementos fora do campo do *design* e marketing, como a noção

de brasilidade por exemplo. Partindo desse conceito pode-se considerar que existem elementos que são assimilados a certas definições mais abrangentes, por exemplo muitas pessoas associam o futebol ao Brasil por ser um esporte muito presente na cultura brasileira. Ao compreender que as experiências individuais desempenham um papel importante na forma como cada pessoa percebe o mundo a sua volta conclui-se que o *Look and Feel* depende das conexões pré-existentes que uma pessoa tem com determinada coisa. No DP de Irmão do Jorel o *Look and Feel* é estabelecido através de elementos sutis os quais podem ser reconhecidos mais facilmente por brasileiros que vivem ou já viveram no Brasil. Um desses elementos é a diversidade racial presente na família do Irmão do Jorel, fazendo com que os três irmãos principais Nico, Jorel e Irmão do Jorel (fig. 28) tenham fenótipos completamente diferentes ainda que tenham os mesmos pais.

**Figura 28** - Nico, Jorel e Irmão do Jorel



Fonte: Ilustração do autor em cima da arte de Vini Wolf (Roza, 2022).

Outro elemento que se relaciona a cultura brasileira é o fato das duas avós da família, Juju e Gigi (fig. 29), viverem com seus filhos e netos, é comum que famílias brasileiras sem grande poder aquisitivo tenham casas multigeracionais onde casais podem criar seus filhos e oferecer suporte aos seus pais idosos.

**Figura 29** - Vovó Juju e Vovó Gigi



Fonte: Ilustração do autor em cima da arte de Vini Wolf (Roza, 2022).

Dessa forma, compreende-se que o público brasileiro estabelece laços afetivos com os personagens de *Irmão do Jorel* a partir de referências culturais e identitárias compartilhadas. As escolhas de *design* reforçam essa proximidade ao representar elementos visuais, comportamentais e simbólicos que refletem o cotidiano nacional. Assim, o espectador é levado a reconhecer-se nas situações, cenários e personagens apresentados, desenvolvendo empatia e identificação emocional que fortalecem o vínculo entre obra e público.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa investigou a relação entre o *design* de personagens e a memória afetiva na série Irmão do Jorel, a partir de uma abordagem qualitativa e exploratória. A análise concentrou-se em dois personagens principais, considerando elementos formais como forma, cor, silhueta e expressividade de linha, refletindo sobre como tais escolhas visuais podem potencialmente evocar vínculos afetivos ou estabelecer conexões emocionais com o público.

Observou-se que o *design* de personagens funciona como um recurso narrativo e simbólico, transmitindo características de personalidade e comportamento, e sugerindo traços que poderiam ser percebidos emocionalmente pelos espectadores. Aspectos como proporção corporal, uso de formas geométricas e paleta de cores contribuem para a percepção de confiança, segurança, juventude e expressividade, reforçando a hipótese de que o público poderia se identificar ou simpatizar com os personagens.

A pesquisa também permitiu contextualizar a animação brasileira, destacando como produções como Irmão do Jorel refletem trajetórias estéticas, culturais e históricas do setor. O *design* de personagens mostrou-se capaz de comunicar relações sociais, contrastes de personalidade e hierarquias familiares de forma visualmente clara, evidenciando seu papel na construção narrativa e na percepção simbólica do espectador.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados indicam que o *design* de personagens representa uma estratégia criativa que combina estética, narrativa e memória afetiva, funcionando como um ponto de partida para futuras investigações sobre a interação entre elementos visuais e experiências emocionais do público.

A pesquisa sugere que a observação das escolhas de *design* pode ampliar a compreensão do papel desses elementos na criação de vínculos afetivos e

engajamento emocional em obras de animação. Assim, embora não seja possível afirmar de forma conclusiva que os personagens evocam respostas afetivas específicas, o estudo evidencia a relevância do *design* como instrumento de comunicação simbólica e potencializador da experiência do espectador.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação da massa. In: *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ANCINE – AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. Superintendência de Análise de Mercado. *Televisão paga 2016: O mercado consumidor de animação no Brasil*. Rio de Janeiro: BNDES, 2018. Disponível em: [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe\\_tv\\_paga\\_2016\\_0.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_tv_paga_2016_0.pdf). Acesso em: 7 dez. 2021.
- BEIMAN, Nancy. *Prepare to board! Creating story and characters for animated features and shorts*. Burlington: Elsevier, 2007. 336 p.
- CG SPECTRUM. *Character Designer*. [S.l.], c2022. Disponível em: <https://www.cgspectrum.com/career-pathways/character-designer>. Acesso em: 8 jul. 2022.
- DEGUZMAN, Kyle. What is Character Design – Tips on Creating Iconic Characters. *StudioBinder*, [S.l.], 19 set. 2021. Disponível em: <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-character-design-definition/>. Acesso em: 8 jul. 2022.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2003. 236 p.
- HUYSSSEN, Andreas. *Present pasts: urban palimpsests and the politics of memory*. Stanford: Stanford University Press, 2003. 192 p.
- HUYSSSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2004. 116 p.
- INSTITUTO TOMIE OHTAKE. *Portfolio – ideias para pensar a organização e apresentação do trabalho de arte*. 2016. Disponível em: <https://www.institutotomieohtake.org.br/media/premios/EDP/premioenergiasnaarte-portfolio.pdf>. Acesso em: 8 jul. 2022.

LABOREO, Silvia. O que é o Look & Feel da sua marca? *Domestika*, [S.I.], 1 jun. 2021. Disponível em: <https://www.domestika.org/pt/blog/7927-o-que-e-o-look-feel-da-sua-marca>. Acesso em: 14 out. 2022.

MARTINS, Caio. *Design de personagens para animação com Photoshop*. [S.I.], 2022. Disponível em: <https://www.domestika.org/pt/courses/1073-design-de-personagens-para-animacao-com-photoshop>. Acesso em: 24 jun. 2022.

MCKEE, Robert. *Story: substância, estrutura, estilo, e os princípios da escrita de roteiro*. Curitiba: Arte & Letra, 2013. 432 p.

NESTERIUK, Sérgio. Dramaturgia de série de animação. *ANIMATV*, [S.I.], set. 2018. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/327977447\\_Dramaturgia\\_de\\_Serie\\_de\\_Animacao](https://www.researchgate.net/publication/327977447_Dramaturgia_de_Serie_de_Animacao). Acesso em: 1 jul. 2022.

NESTERIUK, Sérgio; MASSAROLO, João. Criação e desenvolvimento de personagem em multiplataformas. *Revista GEMINIS*, [S.I.], v. 11, n. 3, p. 233–253, 2021. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/387>. Acesso em: 25 ago. 2022.

OSTROWER, Fayga. *Criatividade e processos de criação*. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1987. 192 p.

POUBEL, Ana Elisa Pereira; GARONE, Priscilla Maria Cardoso; VALENTE, Telma Elita Juliano. O processo semiótico de criação de um personagem de jogo. In: *SBGAMES 2012*, Brasília, 2012. Disponível em: [http://sbgames.org/sbgames2012/proceedings/papers/artedesign/AD\\_Full26.pdf](http://sbgames.org/sbgames2012/proceedings/papers/artedesign/AD_Full26.pdf). Acesso em: 1 jul. 2022.

RIBEIRO, Leonardo Freitas. *Jornada do Boom da animação brasileira através das vozes dos profissionais integrados ao campo da animação e indústria de animação brasileira*. 2018. 307 p. Tese (Doutorado em Design) – Programa de Pós-Graduação da PUC-Rio, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

ROSA, Alicie Valenssa Martins. *Relações entre design de personagem, memória afetiva e educação: estudo de caso do Irmão do Jorel*. 2022. 102 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Artes Visuais – Licenciatura) – Escola de Design, Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022.

ROSENFELD, Megan. Powerpuff Girls: Good Guise, Bad Guys. *The Washington Post*, [S.I.], 26 dez. 2000. Disponível em:

<https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/2000/12/26/powerpuff-girls-good-guise-bad-guys/79a54733-9e40-4633-a5c4-46c040bff6c2/>. Acesso em: 12 out. 2022.

SANTOS, Lucas Ferreira. *Design de personagem a partir de uma análise da obra Ghost in the Shell*. 2021. 91 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Visual – Design) – Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

SCHIRIGATTI, Elisangela Lobo; AVRICHIR, Ilan. Processos de produção de uma animação: uma abordagem teórica. *Diálogo com a Economia Criativa*, Rio de Janeiro, v. 4, n. 11, p. 32–55, mai./ago. 2019. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/336201862\\_Processo\\_de\\_producao\\_de\\_uma\\_animacao\\_Uma\\_abordagem\\_teorica](https://www.researchgate.net/publication/336201862_Processo_de_producao_de_uma_animacao_Uma_abordagem_teorica). Acesso em: 1 jul. 2022.

SCREEN SKILLS. *Character Designer*. [S.l.], c2022. Disponível em: <https://www.screenskills.com/job-profiles/browse/animation/pre-production/character-designer/>. Acesso em: 8 jul. 2022.

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

SERRA, Jennifer J. A animação como meio de representação da memória: lembranças afetivas e políticas. *Diálogo com a Economia Criativa*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 18, p. 292–304, set./dez. 2021.

SILVEIRA, Luciana. *Introdução à teoria da cor*. Curitiba: Editora UTFPR, 2015. 171 p.

SILVA, Tânia Cristina do Ramo; GOMES, Ana Claudia Fernandes. A importância dos desenhos animados como representação ideológica: formação da identidade infantil. *Iniciação Científica CESUMAR*, Maringá, v. 11, n. 1, p. 37–43, jan./jul. 2009.

TILLMAN, Bryan. *Creative Character Design*. 1. ed. [S.l.]: Focal Press, 2011. 250 p.

TIRGOALA, Filipa. *Cânones, movimento e expressão na representação da figura humana*. 2015. 103 f. Relatório (Mestrado) – Curso de Ensino das Artes Visuais, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2015.

WHITE, Tony. *Animation from pencils to pixels: classical techniques for the digital animator*. 1. ed. Estados Unidos da América: Taylor & Francis, 2006. 499 p.