

UNIVERSITATEA NAȚIONALĂ DE ARTE DIN BUCUREȘTI

Domeniul fundamental: ARTE

Domeniul de doctorat: ARTE VIZUALE

ELEMENTE DE DESIGN GRAFIC ÎN CREAȚIA PERSONAJELOR

REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT

Coordonator științific:

Prof. univ. dr. Ghilduș Alexandru

Doctorand:

Erhan Valeriu Eugen

2018

Cuprinsul tezei de doctorat

Introducere	8
Personajul și designul grafic	8
Context	8
Obiective	9
Categoriile profesionale vizate de această lucrare	12
Limitări ale studiului	13
Metode de cercetare	13
Bibliografia de specialitate.....	14
Examinarea operei autorilor consacrați.....	14
Bunele practici și standardele profesionale.....	15
Experiența profesională.....	15
Factorul subiectiv și surse de obiectivitate.....	16
Context cultural	17
Povestea, mijloc de comunicare inovator.....	18
Consumul de informație în epoca digitală.....	19
Structura lucrării.....	21
Notă suplimentară despre experiența profesională a doctorandului.....	21
Scurt istoric și trecere în revistă a proiectelor relevante	22
Capitolul 1 Creația de personaj	28
Introducere	28
1.1 Ce este personajul – definiții și perspective literare.....	28
1.1.1 Așteptări ale privitorului – confirmare versus infirmare.....	29
1.1.2 Tipare de poveste	32
1.1.3 Tipare de personaj	36
1.1.4 Poveste și design	37

1.2 Competențe specifice	38
1.3 Geneza unui personaj	41
1.3.1 Ideea	41
1.3.2 Captura de idei	42
1.3.3 Schița	43
1.3.4 De la concept abstract la desen concret.....	44
1.3.5 Management creativ	45
1.3.6 Diferențiere și varietate în distribuția de personaje.....	46
1.3.7 Utilizări ale materialelor de producție intermediare	47
1.3.8 Metode distincte de concepție a personajului	47
1.4 Mijloace de expresie.....	51
1.4.1 Forma-concept.....	51
1.4.2 Linia, ca mijloc fundamental de desen al personajului	53
1.4.3 Culoare	57
1.4.4 Silueta și anatomia	61
1.4.5 Postura.....	62
1.4.6 Expresii faciale.....	64
1.5 Concepte-cheie în creația de personaj	65
1.5.1 Simplitate	66
1.5.2 Conceptualizare.....	68
1.5.3 Empatie.....	71
1.5.4 Simpatie.....	73
1.5.5 Personalitate artistică.....	76
1.5.6 Eficiența	78
Concluzii	80
Capitolul 2 Personajul de comedie – particularități	81
Introducere	81

2.1 Despre umor	81
2.2 Dimensiunea comică a personajului.....	82
2.3 Categoriile de personaje de comedie.....	84
2.3.1 Personajul rațional.....	84
2.3.2 Ratatul adorabil	85
2.3.3 Nevroticul.....	86
2.3.4 Prostănacul	86
2.3.5 Răutăciosul.....	87
2.3.6 Afemeiatul.....	89
2.3.7 Materialistul	90
2.3.8 Aerianul.....	91
2.4 Cum putem optimiza procesul de creație a personajelor umoristice.....	92
2.4.1 Caricaturizarea	93
2.4.2 Antropomorfizarea	95
2.4.3 Personajul nonuman	97
2.4.4 Absurdizare	97
2.4.5 Metoda „2 din 6” a lui Scott Adams	98
2.4.6 Optimizarea „din mers”.....	100
Concluzii	101
Capitolul 3 Design grafic	103
3.1 Definiții și context interdisciplinar.....	103
3.2 Competențe specifice	105
3.3 Mijloace de expresie.....	107
3.3.1 Linia	108
3.3.2 Spațiul pozitiv și negativ	109
3.3.3 Litera	111
3.3.4 Cromatica	119

3.3.5 Imaginea	123
3.4 Concepte-cheie ale designului grafic	125
3.4.1 Compoziția	125
3.4.2 Echilibrul	126
3.4.3 Ierarhia informației.....	131
3.4.4 Contrast	134
3.4.5 Ordinea	137
3.4.6 Alinierea	138
3.4.7 Coerența stilistică	141
Capitolul 4 Intersecții ale designului grafic cu creația de personaj	144
Introducere	144
4.1 Definiții și context interdisciplinar.....	144
4.2 Competențe specifice	145
4.2.1 Storytelling	146
4.2.2 Design publicitar	146
4.2.3 Competențe legate de mediile interactive	147
4.3 Mijloace de expresie.....	147
4.3.1 De ce „relevanța redusă” pentru postură și expresii faciale în design ...	148
4.3.2 Anatomia ca mijloc de expresie pentru designer, caz particular.....	148
4.3.3 Elemente de inspirație tipografică în creația de personaj.....	149
4.3.4 Cromatica	156
4.4 Concepte-cheie	159
4.4.1 Empatie și simpatie	159
4.4.2 Aliniere și modularitate.....	161
4.4.3 Echilibrul.....	165
4.4.4 Ierarhia informației.....	166
4.4.4 Contrastul	169

4.4.5 Eficiența și economia mijloacelor	173
Gânduri finale despre intersecțiile dintre design grafic și creația de personaj	175
Concluzii.....	176
Cei „7 C ai designului de personaj”	176
Provocări	177
Întrebarea ca soluție	177
De ce „7 C”	178
C-ul care lipsește	179
„Cei 7 C”	180
C1 – Compoziția.....	181
C2 – Cadrul conceptual al anatomiei personajului.....	182
C3 – Claritatea și contrastul	184
C4 – Coerența stilistică	185
C5 – Complexitate vs Simplitate.....	187
C6 – Comedia.....	188
C7 – Cost.....	189
Direcții viitoare de studiu.....	191
Anexa	192
Exemple de utilizare a celor „7 C” în proiecte din portofoliul doctorandului	192
Fredo & Pidjin.....	193
Do & Mo	195
The ABC of cyberthreats.....	197
Not making this up	199
Easypost	201
Amy & Mike	203
Steve, Mona and Nick	205
The Not.....	207

Bibliografie.....	209
Bibliografie primară	209
Resurse online	211

Introducere

Ideile bune trebuie să moară. Pentru ca ideile mai bune să poată trăi.

Hugh Macleod

Personajul și designul grafic

Această lucrare își propune să studieze legăturile dintre arta creației de personaje și practicile designului grafic. Ne vom referi la creația de personaje prin filtrul unor limite culturale și de conținut, iar la design grafic în sensul de comunicații vizuale cu aplicație comercială.

Simplificând termenii, teza își propune să răspundă la următoarea întrebare: putem împrumuta unele dintre tehnicile folosite de designerii grafici în crearea de logotipuri, afișe și publicații, pentru a desena personaje?

Context

Designul grafic acoperă o foarte largă arie a artelor vizuale. Într-un climat cultural aflat în continuă evoluție, manifestările creative devin tot mai greu de încadrat într-o anumită categorie fixă: suntem liberi să experimentăm în medii tradiționale sau digitale cu culoare, cu volum și textură, dar și cu literă, simbol sau siglă comercială.

Devine tot mai important pentru artistul vizual să-și dezvolte capacitatea de a asimila noi învățături din disciplinele adiacente specializării sale. Însă creativitatea unui artist poate suferi în clipa în care acesta este antrenat să utilizeze șabloane și metode de lucru standardizate, ceea ce pune o problemă formatorilor și educatorilor din domeniul artistic: cum putem construi programe de educație creativă, care să fie pe de o parte bogate în informații și clare în instrucțiuni, dar pe de altă parte suficient de flexibile încât să nu inhibe, și în cele din urmă să nu sufoce caracterul personal al fiecărui artist?

Obiective

Abordarea acestei lucrări nu este aceea de a inventaria tehnici de desen anatomic sau observații despre mediul de lucru al desenului animat și benzii desenate. Nu sunt propuse metode și tehnici punctuale de desen.

Obiectivul urmărit este acela de a identifica o serie de corespondențe interdisciplinare generatoare de *insight*-uri utile atât creatorului de personaj, cât și designerului grafic. Concret, această lucrare își propune să ofere celor două categorii de creatori noi perspective, idei aplicabile și un plus de control în munca lor.

Teza încearcă să aducă următoarele contribuții:

A. Alcătuirea unui instrumentar nou pentru creatorul de personaj

Rezultatul final al acestei teze se dorește a fi un set de instrucțiuni, observații și experimente, care pot fi utilizate de oricare creator de personaj de bandă desenată sau desen animat, pentru a-și extinde orizonturile creative. Acest instrumentar trebuie să fie unul nonprescriptiv, care să nu limiteze creativitatea, spiritul și integritatea artistică a creatorului.

B. Un index al mijloacelor de expresie și al conceptelor-cheie din designul grafic care au un corespondent în lumea creației de personaj

Aici vom urmări procesul de lucru și cele mai des întâlnite noțiuni din ambele domenii, încercând să trasăm punți de legătură, ca apoi să putem extrage învățături.

C. O perspectivă nouă asupra creatorului de personaje ca integrator interdisciplinar

Creatorul de personaj este adesea privit ca un simplu executant, specializat strict în desen, într-o mașinărie creativă; totuși, pentru a-și împlini misiunea, acesta trebuie să înțeleagă elemente de scenaristică, limitările și oportunitățile tehnice ale liniei de producție din care face parte și multe altele.

D. Observații despre funcționalitatea personajului în plan comercial

Pornind de la o serie de experiențe profesionale în domeniul creației de personaj cu uz comercial, în această lucrare vor fi prezentate câteva unice valențe ale acestui mijloc de comunicare.

E. Exemple de întrebuințare a instrumentelor propuse, extrase din portofoliul doctorandului

O serie de lucrări realizate în perioada 2005-prezent care ilustrează principiile, metodele de lucru și experimentele propuse.

F. Începutul unui dialog interdisciplinar

Principala motivație a alegerii acestei teme de studiu este lipsa de materiale educative pentru creatorul de personaj. Există numeroase cărți care abordează tema, dar cel mai des este vorba de simple ghiduri de desen anatomic sau caricatură, lipsite de o solidă componentă conceptuală, precum și de o vedere de ansamblu. Cât despre preocuparea pentru principii de design grafic în creația personajelor, lucrurile stau chiar mai slab. Ar părea că sunt profesii aproape străine una de cealaltă. Această lucrare nu își dorește să fie ultimul cuvânt în materie de *graphic design meets character design*, ci în primul rând o invitație la dialog.

Categorii profesionale vizate de această lucrare

Abordarea unei teze de doctorat profesional presupune în primul rând o finalitate practică, o componentă educativă sau care să propună idei noi în domeniul vizat. Observațiile și concluziile expuse în această teză se doresc a fi utile pentru mai multe categorii profesionale:

- a) Creatorii de personaje din industria animației
- b) Creatorii de bandă desenată
- c) Designerii grafici care întâlnesc proiecte în care există cerința creării unor mascote pentru comunicare comercială și de brand
- d) Ilustratorii de carte
- e) Conducătorii de proiecte de animație sau bandă desenată.
- f) Scenariștii și copywriterii: autorii de scenarii pot înțelege mai bine atât oportunitățile pe care le oferă un personaj în plan vizual, cât și limitările.

Limitări ale studiului

În această lucrare vor fi analizate discipline de largă anvergură, prin urmare sunt necesare câteva limitări:

- a) Din punctul de vedere al genului, ne limităm la personajul de comedie. Studiul urmărește creația destinată amuzamentului. Nu este deci vorba despre personajul-erou sau despre cel construit pentru dramă, documentar sau alte genuri „serioase”.
- b) Conținutul vizat se limitează la banda desenată și la desenul animat. Deși ar fi fost interesantă o extindere către mediile interactive ale personajului de joc electronic – pentru a păstra informațiile cât mai consistente –, acestea vor fi evitate.

- c) Din punct de vedere cultural, reperele studiate fac parte din *Pop Culture*. Această decizie de limitare are o finalitate practică: învățăturile rezultate ar trebui să aibă aplicabilitate pentru cineva care construiește un proiect destinat unui public larg. În era Netflix, e importantă o înțelegere a pieței globale, a produselor narrative care transcend granițe și sunt recunoscutibile atât în Los Angeles, cât și în Tokio.
- d) Cronologic, reperele studiate în zona designului de personaj provin din ultimii 50 de ani; există câteva excepții, marcate ca atare, în care am examinat personaje create anterior, pentru a ilustra anumite idei. Dar, preponderent, personajele studiate sau oferite ca exemplu sunt din istoria recentă.
- e) În privința designului grafic, accepțiunea este aceea de disciplină a comunicațiilor vizuale cu aplicabilitate comercială. Munca de design pe care o vom analiza este cea care urmărește obiective și rezolvă probleme într-o manieră inovatoare, în cadrul unui proiect organizat.

Metodele de lucru propuse ca rezultat al acestui studiu nu se referă la generarea de personaj, ci la corectarea și îmbunătățirea unor desene existente. De asemenea, aceste metode nu sunt directive, nu transmit desenatorului instrucțiuni, ci doar ridică probleme; decizia de a urma sau nu o anumită rută îi aparține creatorului.

Metode de cercetare

Pentru a analiza diversele aspecte ale disciplinelor vizate, vom folosi următoarele izvoare de informație:

Bibliografia de specialitate

În cazul bibliografiei de specialitate, situația nu este una echilibrată. Pentru creația de personaj, opțiunile sunt oarecum limitate. Există foarte puține resurse, majoritatea lucrărilor fiind mai degrabă ghiduri de desen anatomic sau caricatură. Cele mai utile informații pot fi extrase adesea din capitole dedicate personajului, din cărți despre alte subiecte mai largi, cum ar fi animația sau banda desenată. Pentru design grafic, însă, avem la dispoziție o selecție exhaustivă. În plus, pe lângă aceste titluri specializate, putem, ocazional, să descoperim principii de design deosebit de ofertante și în lucrări destinate creatorilor de produse industriale.

Examinarea operei autorilor consacrați

Pe lângă titlurile deja menționate, o bună sursă de informare o constituie examinarea portofoliilor marilor nume ale designului grafic. Acestea, privite în ansamblu, creează o

incredibilă diversitate de viziuni și abordări artistice, din care putem extrage sens și prin care putem să înțelegem felul în care acești creatori s-au raportat la reguli, la contextul cultural în care operau, punându-și în același timp și propria amprentă artistică în munca lor.

Bunele practici și standardele profesionale

Uneori, în design poate fi dificil să fii obiectiv. Însă, atunci când este vorba despre aspecte tehnice, adesea avem de-a face cu informație obiectivă și reglementări clare. Există standarde și bune practici, care ne ajută să producem lucrări de o calitate tehnică superioară. Ele constituie o sursă valoroasă de informație și pot juca un rol de argumentare în favoarea unor anumite idei.

Experiența profesională a doctorandului

Am pornit acest studiu ca pe o continuare naturală și o aprofundare a activității mele. O parte din argumentație se va baza pe experiența profesională acumulată în mai multe domenii de activitate relevante:

- Peste 17 ani de experiență full-time în domeniul designului grafic.
- Peste 12 ani de experiență didactică în domeniul designului grafic.
- Peste 12 ani de experiență în design de personaj și creație de bandă desenată.
- Multiple proiecte personale de *storytelling* și creație de personaj premiate.
- Experiența creării unui produs de bandă desenată online, care a atras peste 100 de milioane de afișări, și a unui film de animație care a atras peste 2 milioane de vizualizări pe Youtube.
- Experiența a zeci de proiecte de creație și multe mii de desene de personaj.

Desigur, argumentația nu se va face într-o manieră *ad verecundiam*: experiența profesională, în contextul acestei teze, servește numai la selecția oportunității studierii unor aspecte, iar ideile și propunerile propriu-zise vor fi argumentate și fundamentate corespunzător.

Structura lucrării

Domeniile vizate – designul grafic și creația de personaj – vor fi analizate pe următoarele paliere:

- a) Definiții
- b) Contextul interdisciplinar al ambelor domenii
- c) Competențe specifice – ce abilități profesionale sunt vizate
- d) Mijloace de expresie – cu ce construim, cu ce lucrăm, cu ce desenăm
- e) Concepte-cheie – ce practici, idei abstracte și principii ne ghidează

În capitolul final vom examina asemănările și deosebirile dintre reperele enumerate mai sus, pentru a trasa concluziile. Concluziile prezintă instrumentele de lucru rezultate din intersecțiile interdisciplinare observate. În Anexă vor fi prezentate aplicații ale principiilor și instrumentelor propuse, evidențiate în proiecte ale doctorandului.

Capitolul 1. Despre personaj

În acest capitol se prezintă noțiunea de personaj, ca liant interdisciplinar între creația literară și cea vizuală. Primul pas propus este acela de a înțelege cât mai bine funcția narativă, înainte de a trece la desen. Una dintre ideile principale ale tezei este aceea că procesul de creație a unui personaj nu este în primul rând un exercițiu de desen anatomic, ci de *storytelling*. Funcția principală a personajului nu este să arate bine, ci să transpună o poveste din forma scrisă în mediul vizual. De aceea acest capitol este și cel mai amănunțit.

Este evidențiat faptul că înfățișarea desenată a unui personaj creează așteptări, și acest lucru poate fi deosebit de util în construcția unei povești. De asemenea, sunt inventariate și câteva tipare narrative, precum și tipare de personaj literar, care-l pot ajuta pe creator să înțeleagă mai bine materialul cu care lucrează.

Abilitățile și **competențele specifice** ale creatorului de personaj constituie un punct important al acestui capitol, întrucât ulterior acestea vor fi confruntate cu cele ale designerului grafic. Sunt enumerate câteva asemenea preocupări relevante.

Este prezentată geneza unui personaj, pornind de la simpla idee, trecând la schițe și apoi discutând despre câteva aspecte de management al procesului creativ.

Partea cea mai consistentă a capitolului este **studiul mijloacelor de expresie**. Linia,

culoarea, forma, silueta și altele sunt analizate în detaliu, cu accent pe observații care provin din experiența doctorandului. Deși lucrarea nu dedică o atenție mărită desenului anatomic, este vizat și desenul de postură, precum și studiul expresiilor faciale.

Conceptele-cheie sunt un alt subcapitol important. Spre deosebire de mijloacele artistice, aceste concepte sunt oarecum intangibile și se referă mai degrabă la idei, practici și principii. De exemplu, simplitatea, claritatea sau gradul de simpatie pe care le afișează un personaj sunt concepte greu de definit și delimitat, dar un creator poate beneficia din buna lor înțelegere.

Capitolul 2. Personajul de comedie, particularități

Teza se limitează la a analiza personajele care ne fac să râdem. În acest fel, studiul este mai concentrat și mai util din punct de vedere practic. Prin urmare, acest capitol tratează particularitățile acestui tip de personaj, începând cu o privire asupra umorului în general.

Sunt categorisite tipurile de personaj de comedie, exemplificând cu repere din animații.

Apoi trecem în revistă câteva mijloace de optimizare a procesului de creație pentru personajul umoristic. Sunt prezentate tehnici precum caricaturizarea, antropomorfizarea sau absurdizarea.

Rolul acestui capitol este de a contextualiza tipul de personaj studiat și a focaliza cât mai bine studiul.

Capitolul 3. Designul grafic

Designul grafic este analizat întâi prin prisma definițiilor și a preocupărilor profesionale. Stabilim aici că designerul este prin excelență un coordonator interdisciplinar.

Sunt analizate **competențele specifice** ale designerului, în oglindă cu cele ale creatorului de personaj. Desigur, ele nu sunt aceleași, întrucât demersul aici este unul de observare, nu de forțare a similitudinilor. Competențele vor fi comparate *side-by-side* în capitolul 4.

Ca și în capitolul precedent, cel mai amănunțit subcapitol este cel dedicat **mijloacelor de expresie**. Din nou, acestea nu se suprapun 1:1 cu cele din sfera creației de personaj, însă există apropieri și paralele care se disting. Exemple de mijloace de expresie sunt linia, culoarea, litera, sau jocul dintre spațiul pozitiv și cel negativ și altele. Se remarcă în acest studiu un paralelism deosebit de interesant între literă și personaj: atât din punct de vedere constructiv,

cât și în terminologie, intersecțiile sunt deosebit de vizibile.

Urmează **conceptele** intangibile. În cazul designului grafic, aici operăm cu noțiuni ca ierarhia informației, compoziție, ordine sau coerență stilistică.

Capitolul 4. Intersecții ale designului grafic cu creația de personaj

Pornind de la definiții, sunt evidențiate asemănări și deosebiri între cele două discipline. Se trece repede la analizarea competențelor specifice, într-un tabel. Este analizată relevanța tuturor **competențelor** discutate în teză, pentru ambele discipline. Remarcăm o sferă comună de interes în zona desenului și o divergență din ce în ce mai vizibilă pe măsură ce intrăm în zona specializărilor: un designer de carte are foarte puține în comun cu un animator 3D, însă ambii pot avea un background comun ca buni desenatori. Sunt analizate în particular câteva dintre aceste abilități: storytelling, designul publicitar, competențele legate de mediile interactive.

Sunt comparate apoi **mijloacele de expresie** ale celor două discipline. Pornind de la același tabel, sunt alăturate toate mijloacele discutate în teză, și relevanța lor este evaluată. Sunt evidențiate mai multe repere, cum ar fi: expresiile faciale, anatomia, elementele tipografice, spațiul pozitiv și negativ și cromatică. Sunt prezentate câteva diagrame care explică paralelele dintre literă și personaj, amintite mai sus.

Conceptele abstracte (intangibilele) sunt și ele comparate. Compoziția, contrastul, ordinea, ierarhia informației, coerența stilistică, simpatia și altele sunt analizate prin prisma relevanței interdisciplinare. Nu surprinzător, relevanța este foarte des ridicată. De fapt, punctul de plecare al acestei teze a fost observația că unele practici de design grafic aveau un corespondent în munca de creație de personaj; de aici a pornit curiozitatea care a condus acest studiu, de a cerceta aceste corespondențe și a vedea cât de relevantă este asemănarea dintre cele două discipline.

Sunt explicate pe larg suprapunerile de practici cu privire la alinieri, modularitate, echilibru, ierarhia informației, contrast și altele. O atenție deosebită e acordată ideii de eficiență și optimizare a costurilor, un aspect important atât pentru creatorii de personaj, cât și pentru designeri.

Concluzii

Rezultatul acestui studiu este un instrument de lucru care oferă creatorului de personaj o perspectivă nouă, inspirată din *insight*-urile capitolului 4.

Acest instrument este un set de problematici, grupate în 7 categorii. Setul este denumit „Cei 7 C ai designului de personaj”, un *clin d’oeil* la adresa celebrei cărți *The 5C’s of Cinematography* de Joseph Mascelli.

Cei „7 C” sunt:

- Compoziția
- Cadrul conceptual
- Claritatea și contrastul
- Coerența stilistică
- Complexitate vs Simplitate
- Comedia
- Cost

Fiecare categorie propune un set de întrebări, precum și un set de experimente. Formatul de întrebare a fost ales în locul clasicei instrucțiuni, pentru a încuraja fiecare designer să-și găsească propriul răspuns și să-și construiască propriile soluții. Astfel acest instrument poate oferi informație nouă, fără a interfera cu personalitatea artistică a creatorului.

Anexa

În Anexă, sunt prezentate exemple de proiecte de creație de personaj din portofoliul doctorandului, în care sunt evidențiate „C”-urile care au fost folosite în rezolvarea unor probleme creative sau de execuție.

Bibliografie selectivă

1. ADAMS, Scott: *The Dilbert Principle*, Collins Business, 1997
2. ARMSTRONG, Helen: *Graphic Design Theory*, Princeton Architectural Press, 2008
3. ARNHEIM, Rudolf: *Arta și percepția vizuală*, Editura Meridiane, 1979
4. BALLANCE, Georgette, GARLAND Nathan: *Paul Rand: A designer's words*, School of Visual Arts, 2004
5. BATSON, C.D., FULTZ, J. & SCHOENRADE, P.: „Distress and empathy: two qualitatively distinct vicarious emotions with different motivational consequences”. *Journal of Personality*, 1987
6. BERNIE, Eric: *Analiza tranzacțională în psihoterapie*, Editura Trei, 1997
7. BLAIR, Preston: *Cartoon Animation*, Walter Foster Publishing, 1996
8. BLAKE, Mark: *How to Be a Comedy Writer: Secrets from the inside*, Summersdale Publishers, 2005
9. BLOCK, Bruce: *The visual story. Seeing the structure of film, TV and new media*, Focal Press, Boston, 2001
10. BRINGHURST, Robert: *The Elements of Typographic Style*, Hartley & Marks Publishers, 1996.
11. CAMPBELL, Joseph: *The Hero with A Thousand Faces*, Princeton University Press, 1969
12. CARTER, Judy: *The Comedy Bible: From Stand-up to Sitcom – The Comedy Writer's Ultimate „How To” Guide*, Touchstone, 2001
13. CHANG, Wei-Lun; LIN Hsieh-Liang: „The impact of color traits on corporate branding”, *African Journal of Business Management* vol. 4
14. CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly, *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, Harper Perennial Modern Classics, 2008
15. DE SOUSA, Ronald: *Emotion*, The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Spring 2013 Edition), Edward N. Zalta (ed.).
16. DUMBRĂVICIAN, Dinu: *Foarte mic lexicon de termeni tipografici*
17. EDWARDS, Betty, *Color*, Penguin Books, 2004
18. FAIRINGTON, Brian: *Drawing cartoons and characters for dummies*, Wiley, 2009
19. FARKAS, David K.: *Principles of Web Design*, Longman, 2002
20. FLETCHER, Alan: *The Art of Looking Sideways*, Phaidon, 2001
21. FREUD, Sigmund: *Opere esențiale*, vol. 4 – *Cuvântul de spirit și raportul său cu*

- inconștientul*, Editura Trei, 2010
22. GOMEZ-PALACIO, Bryony: *Graphic Design, Referenced: A Visual Guide to the Language, Applications, and History of Graphic Design*, Rockport Publishers, 2011
 23. GUIGAR, Brad, KELLETT, Dave, KUTZ, Scott, STRAUB, Kris: *How to make webcomics*, Image Comics, Canada, 2008
 24. ITTEN, Johannes: *The Elements of Color*, John Wiley & Sons, 1970
 25. KRUG, Steve: *Don't Make Me Think: A Common-Sense Approach To Web Usability*, New Riders Publishing, 2000
 26. LIDWELL, William, HOLDEN Kritina, BUTLER Jill: *Universal Principles of Design*, Rockport Publishers, 2003
 27. LIDWELL, William: *Universal Principles of Design*, Rockport Publishers, 2003
 28. MAY, Matthew E.: *The Laws of Subtraction: 6 Simple Rules for Winning in the Age of Excess Everything*, McGraw-Hill Education
 29. MCCLOUD, Scott: *Understanding Comics*, Harper Perennial, 1994
 30. MCKEE, Robert: *Story: Substance, Structure, Style, and the Principles of Screenwriting*, Harper Collins, 1997
 31. MEGGS, Philip; PURVIS, Alston: *Megg's History of Graphic Design*, Wiley, 2012
 32. MULLER-BROCKMANN, Joseph: *Grid Systems in Graphic Design*, Niggli Verlag, 1968
 33. MUNARI, Bruno: *Design as Art*, Penguin Books, 1971
 34. OBAID, Mohammad; MUKUNDAN Ramakrishnan; BILLINGHURST Mark, HITLab New Zealand: *Rendering and Animating Expressive Caricatures*, University of Canterbury, Christchurch, New Zealand, SIGGRAPH, 2010.
 35. POULIN, Richard: *The Language of Graphic Design, An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Principles*, Rockport Publishers, 2011
 36. RAND, Paul: *Thoughts on design*, London 1946.
 37. SAMARA, Timothy, *Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout Workshop*, Rockport Publishers, 2005
 38. SCHWAB, Klaus: *The Global Competitiveness Report 2011–2012*
 39. SEDITA, Scott: *The Eight Characters of Comedy: Guide to Sitcom Acting And Writing*, Atides Publishing, 2005
 40. SHELDON, Les: *Character Development and Storytelling for Games*, Cengage Learning PTR, 2004
 41. SHELITZER, Mel; SHATZ, Mark: *Comedy Writing Secrets*, Writer's Digest Books,

2005

42. SNYDER, Blake: *Save the cat: The last book on screenwriting you'll ever need*, Michael Wiese Productions, 2005
43. THOMAS, Frank; JOHNSTON Ollie: *The Illusion of Life: Disney Animation*, Disney Editions, 1995
44. VIGNELLI, Massimo: *The Vignelli Canon*, Lars Muller, 2015
45. VOGLER, Christopher: *The Writer's Journey*, Michael Wiese Productions, 2007
46. WATERSON, Bill: *The Complete Calvin and Hobbes*, Andrew McNeel, 2013.
47. WHEELER, Alina: *Designing Brand Identity*, Wiley, 2009
48. WHITE, Alex: *The Elements of Graphic Design*, Allworth Press, 2011