

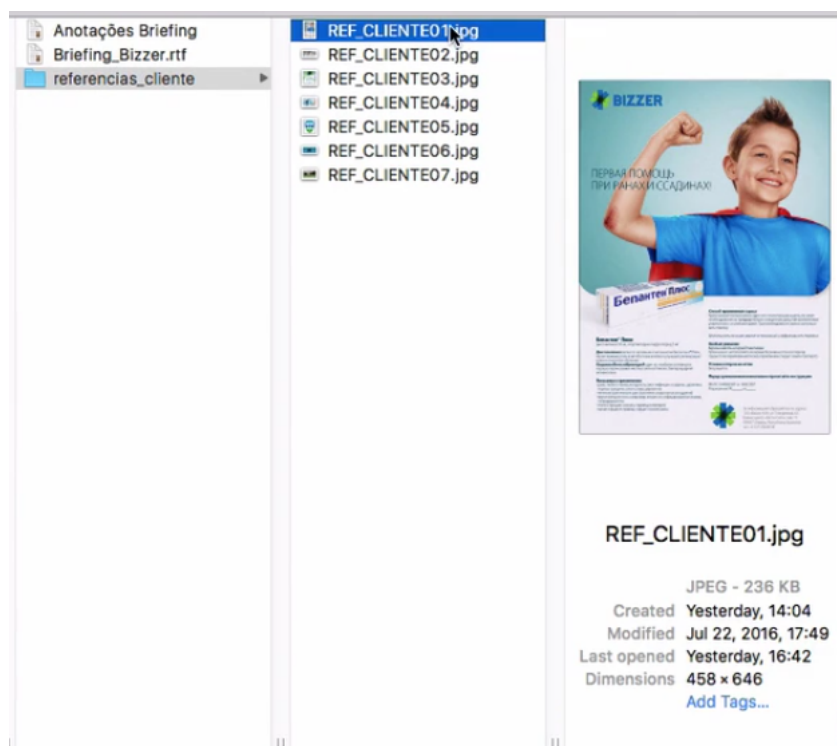
Referências

Transcrição

Na última aula analisamos o briefing do cliente e entendemos melhor o que ele quer. Agora é hora de entendermos como o cliente se comunica visualmente, tanto interna quanto externamente. Vamos verificar também, via pesquisa visual, como funciona o mundo da corrida, da atividade física e interação esportiva ao ar livre.

Vamos pesquisar também alguns mascotes, fazendo um benchmarking para apontar o que cada um acertou e errou. Isso nos ajuda a estabelecer exemplos positivos e negativos como parâmetro do projeto.

No [Arquivo da aula \(https://cursos.alura.com.br/course/esboco-personagens-publicitario/task/19828\)](https://cursos.alura.com.br/course/esboco-personagens-publicitario/task/19828), há uma pasta chamada `referencias_cliente`, com sete imagens de comunicação do cliente que analisaremos. Você pode ligar para o seu cliente ou mandar email pedindo essas referências. Dependendo do cliente, é possível pegar as referências da internet.



Vejamos a primeira delas.

Esse anúncio traz uma foto muito significativa. Ela mostra um menino comemorando com o punho para cima, e tem o cotovelo ralado e uma capa de super-herói. O anúncio provavelmente está vendendo um produto para esse tipo de machucado. O anúncio usa o alfabeto cirílico, possivelmente escrito em russo. Apesar disso, dá para entender visualmente o objetivo do anúncio. Há um impacto na foto, e o resto da comunicação é bem leve. Ele usa bem o fundo branco e as cores corporativas quase não aparecem.

Vamos ver mais exemplos.



Essas comunicações seguem mais ou menos o padrão da anterior. Há uma borda com as cores institucionais, que é delicada e pontual. As fotos mostram ações, que são os personagens fazendo arte, em uma metáfora do trabalho da empresa.



Aqui também é possível ver uma coesão. Essa é uma peça da comunicação interna. É bem leve e usa bastante branco.



Aqui temos o céu, tornando a imagem predominantemente azul. Não é exatamente o azul do logo, mas já cria a associação. A imagem traz uma leveza, e tem uma pessoa se alongando, que também é uma atividade física.



Até quando é uma comunicação ostensiva, o escudo de proteção, as cores estão sendo usadas de maneira mais suave.

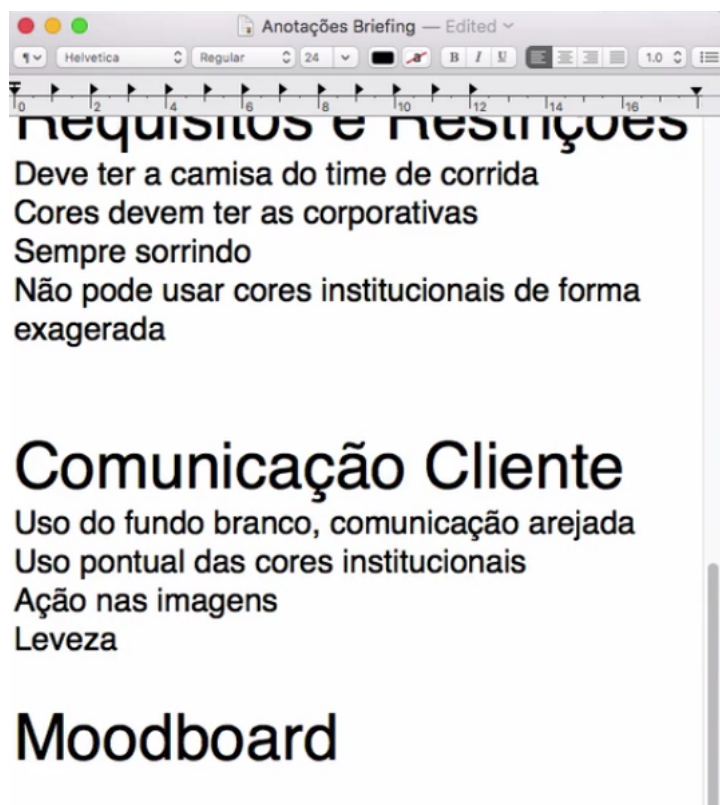


Esse é um anúncio destoante. O azul de fundo pesa na imagem, junto com os elementos em preto. Talvez seja uma exceção na comunicação deles. E não precisamos considerá-lo no nosso projeto, ele pode ser apenas um exemplo negativo.



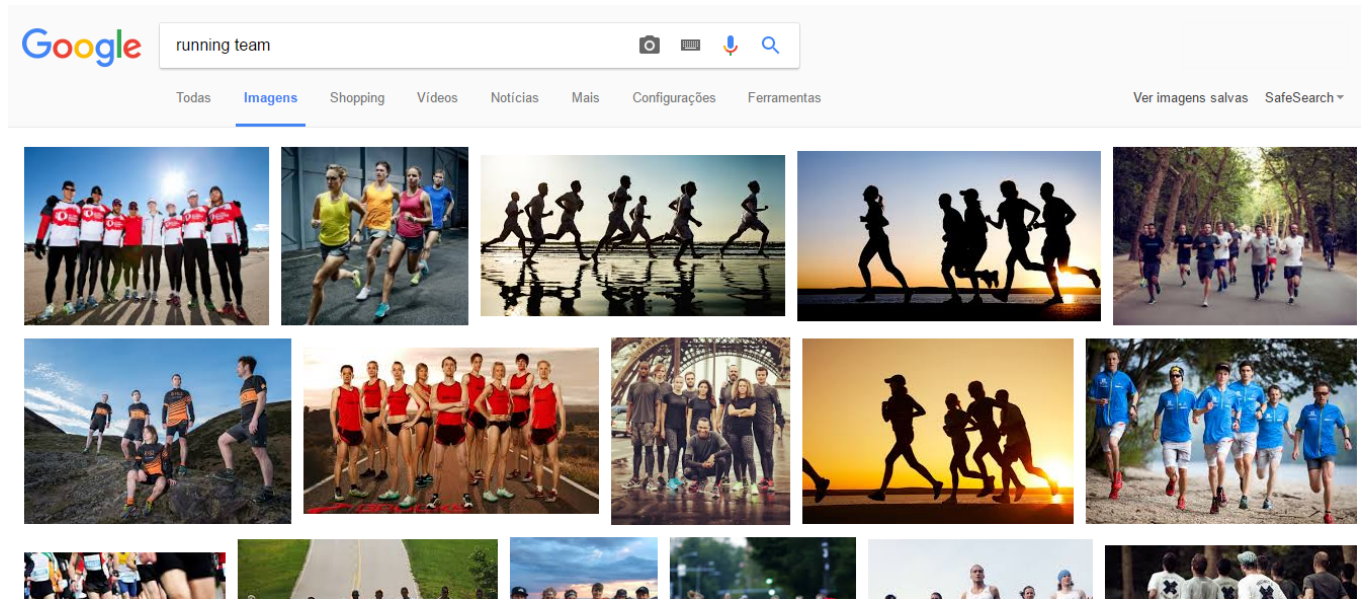
Esse anúncio confirma o padrão que estávamos percebendo. O céu e a grama, com o verde e azul que trazem leveza. O logo na parte inferior está bem discreto, bem como o remédio anunciado. A foto mostra o desempenho de uma atividade.

Podemos anotar esses padrões no nosso arquivo de anotações.



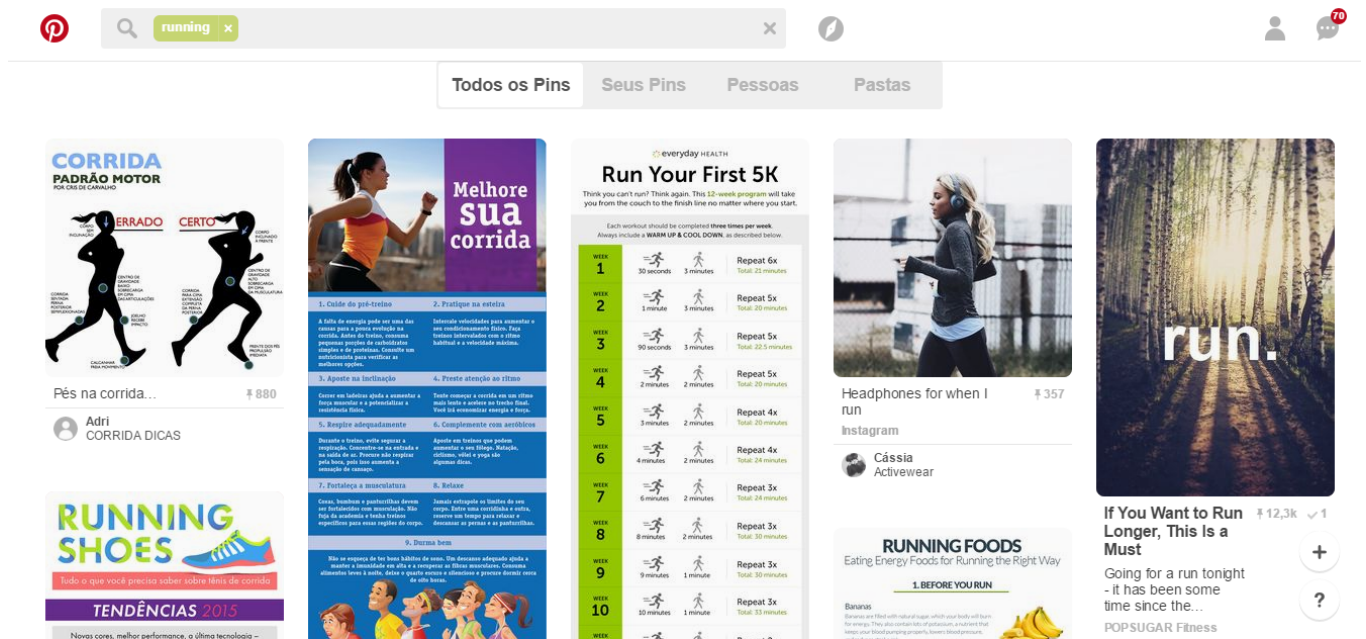
Poderemos trazer essas características para o personagem, para que ele não fique muito destoante de todo o resto da comunicação da empresa.

Note que o próximo item da lista no arquivo de notas é a Moodboard. É uma coleção de imagens com o objetivo de nos colocar no clima do mundo das corridas. Se você não for uma pessoa que participa desse tipo de atividade, é uma maneira de observar o meio. Pode-se ir aos lugares, mas também pesquisar na internet. Podemos ir no próprio Google e jogar "running team" para ver os resultados.



Ele nos mostra vários grupos correndo ao ar livre. Podemos ir salvando as imagens de que gostamos mais, usando o botão direito do mouse e Save Image As... Existem muitos padrões do que eles vestem, do tipo de tênis que eles usam e o que eles fazem nas fotos.

Podemos ver outras fontes de pesquisa também, como o [Pinterest \(https://br.pinterest.com/\)](https://br.pinterest.com/). Você pode usar diferentes palavras-chave para fazer a busca: "running", "running team", "corrida", "ar livre". Você encontrará imagens com posições de alongamento, cartazes motivacionais e informativos, além de fotos de corrida. E há temas que se repetem visualmente.



Se você quiser uma abordagem mais de case, pode pesquisar no [B9 \(http://www.b9.com.br/\)](http://www.b9.com.br/). Podemos pesquisar por "Nike" na barra de busca deles.

BUSCA

Exibindo **200** resultados para "nike"

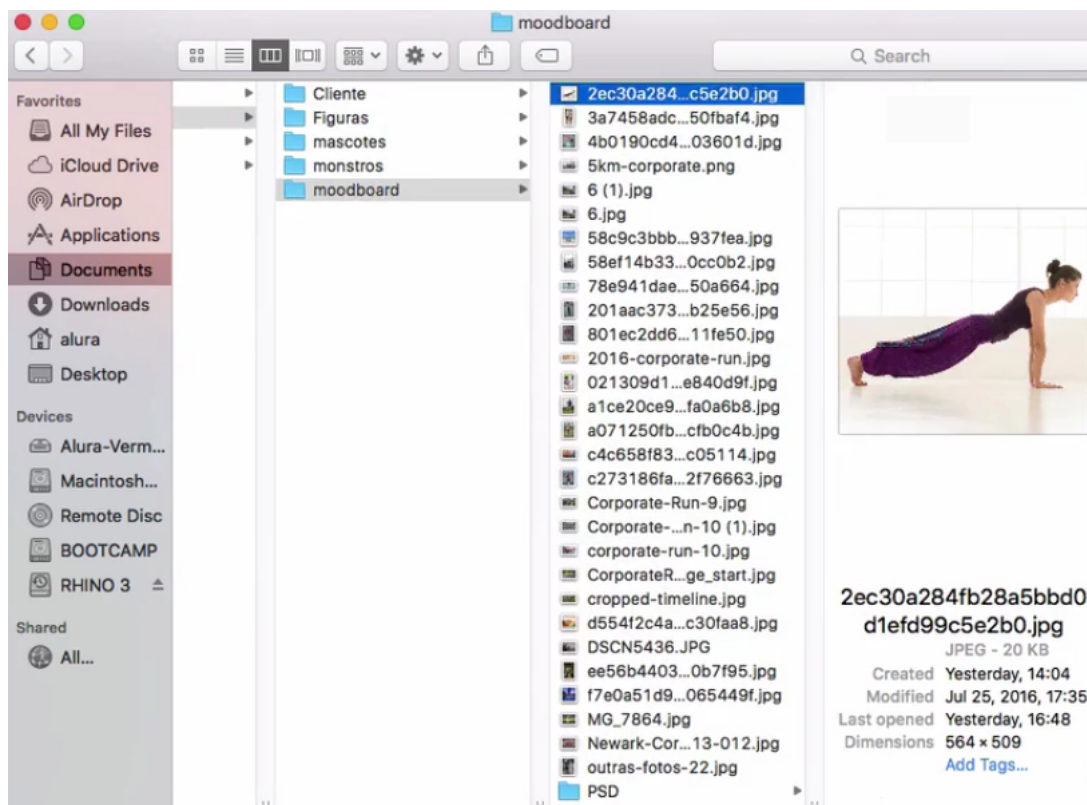
Organizar por Relevância [Organizar por data](#)



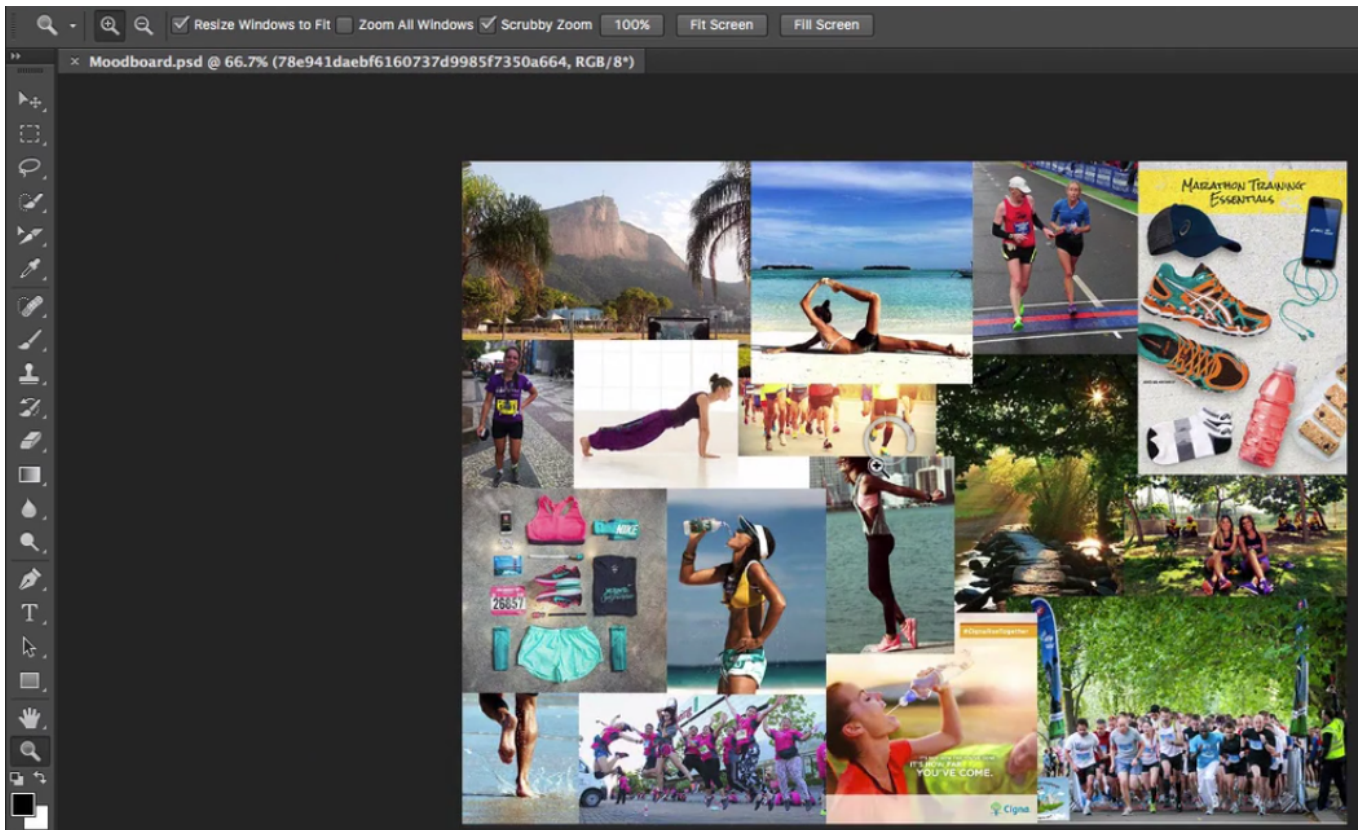
Advertising

Nike ironiza o tempo que gastamos nas redes sociais e na frente da TV

As referências que achei mais relevantes estão na pasta moodboard .

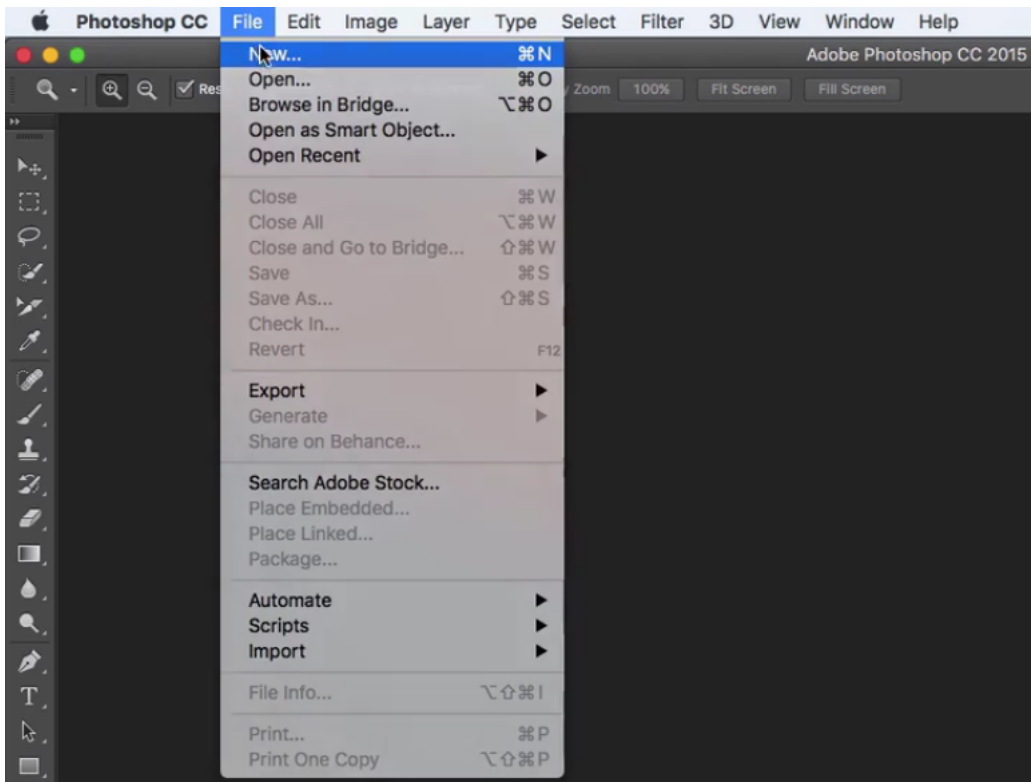


Mas não é tão conveniente ter essas referências em uma pasta e ter que passar imagem por imagem. Para facilitar, vamos criar a moodboard propriamente dita, que é como uma prancheta de inspiração, pra entrarmos no clima com as referências visuais.

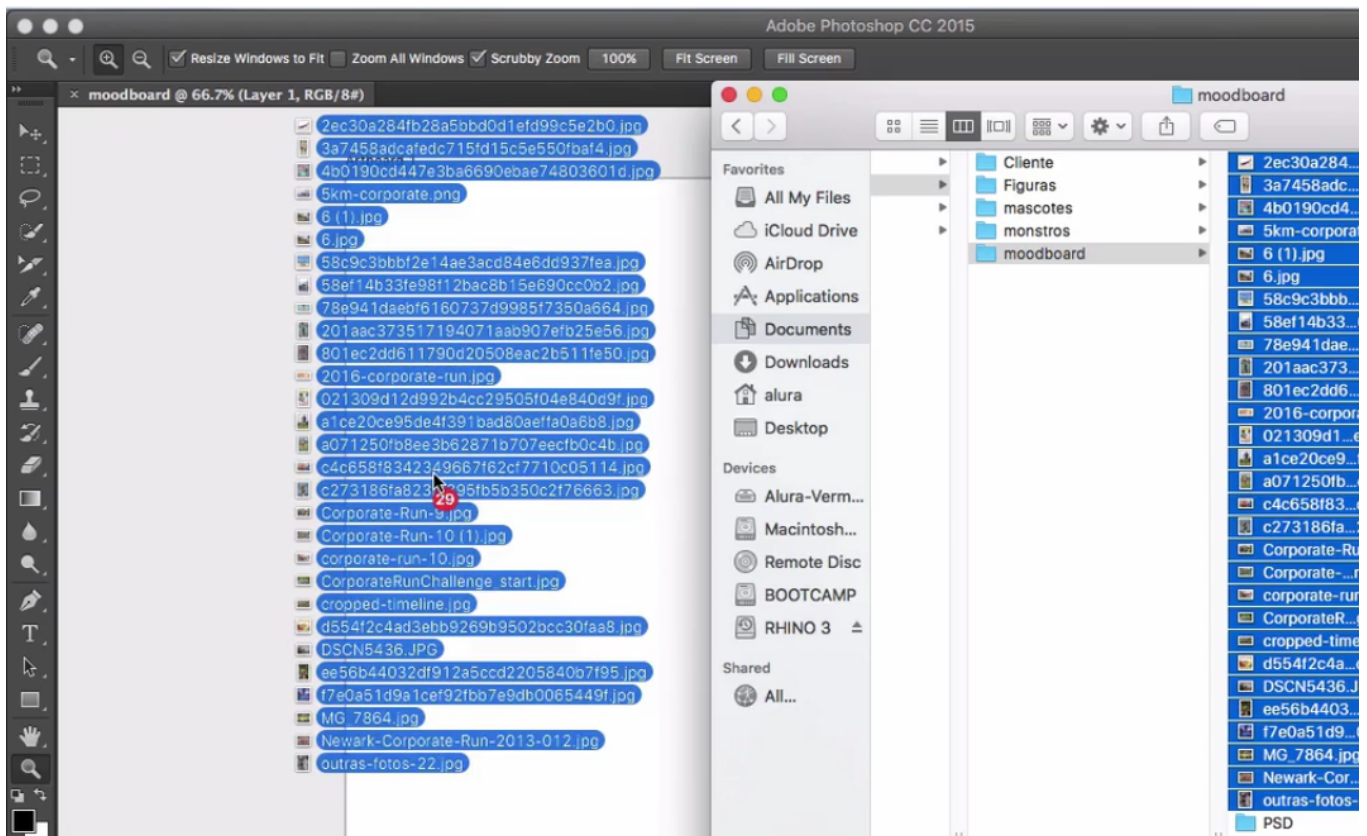


A água é um elemento que aparece em muitas fotos. Também há muita gente usando roxo, e o amarelo também é bem frequente.

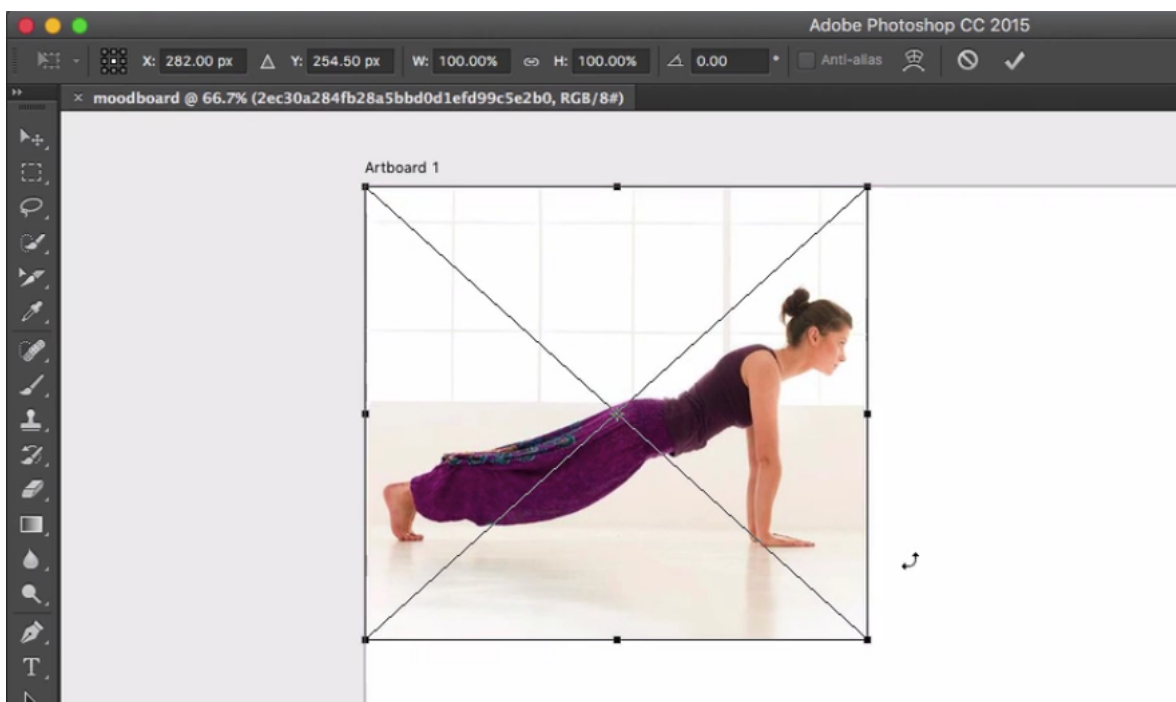
Para fazer uma dessas no Photoshop, basta criar uma nova Artboard, em File > New.



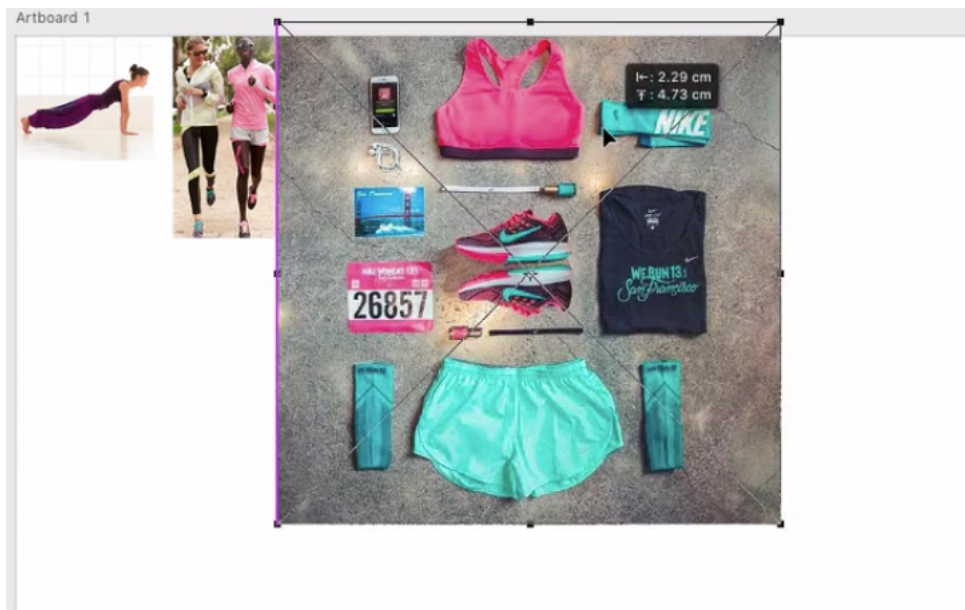
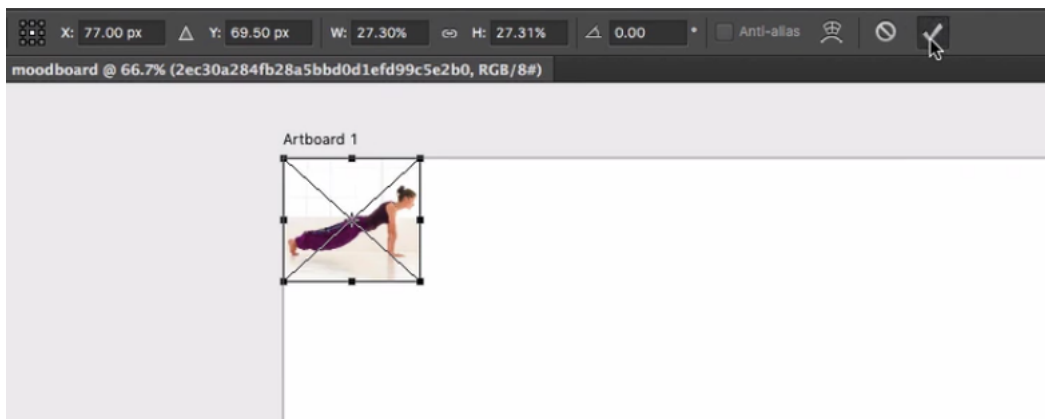
O nome será "moodboard" e o tamanho será Web (1280, 800).



Então, arrastaremos todas as imagens de referência para essa artboard.



Clicando no canto e arrastando, o tamanho da imagem pode ser ajustado. Caso queira-se manter a proporção, basta pressionar **Shift**. Quando estiver satisfeito com o ajuste, pressione o sinal de "check" no menu superior para passar para a próxima imagem.



Eu já fiz o primeiro painel, e recomendo que você treine fazendo o seu.

Vamos trabalhar agora os mascotes. Da mesma forma que fizemos uma pesquisa para montar a moodboard, podemos procurar mascotes de outras marcas para fazer um benchmarking.



Nesse grupo eu não gostei especificamente de nenhum mascote. O interessante foi observar que todos têm **membros humanos**, o que permite que eles corram. Seria interessante que o nosso personagem corresse junto com os funcionários.



Esse é o mascote das Olimpíadas do Rio. Gosto que ele seja amigoso e inofensivo. Note que ele tem **bordas arredondadas**, que ajuda a criar o ar amigoso. Outro elemento que contribui com a leveza do personagem é o traço de contorno, que não é preto, mas de um azul não muito escuro. Podemos trazer essa ideia do **contorno mais claro** para o nosso mascote.



Esse mascote parece ter um **bom humor inabalável e contagiante**. E queremos que os funcionários sintam-se contagiados e levem de suas mesas para correr.



Embora a execução da fantasia não esteja muito boa, gostei que esse mascote seja um acessório de corrida. Isso cria um elo com o funcionário e o mundo de corrida pois acessórios são muito presentes na vida de corredores. É um ponto de contato a mais.



Esse é um caso que não gosto muito. Esse leão é mascote de uma maratona de Londres. Ele tem uma expressão exagerada, com olhos vidrados e a boca muito aberta. E, sendo justamente um leão, isso confere uma voracidade a ele. Queremos então **evitar exageros na expressão.**



Apesar de a figura deste mascote não ser tão interessante para nós, essa **energia irradiando**. Podemos encontrar



Esse mascote é **água**, que é um elemento de destaque nas nossas referências. Se conseguirmos associar nosso personagem à água, ele combinará com o que vimos até agora.



O que gostei nesses personagens são suas expressões, que são **emojis**. A vantagem é que essas expressões são rapidamente associadas às emoções, conseguimos entender logo as emoções passadas. Assim, evita-se olhares vidrados como o do leão.



Esse é o coelhinho da Duracell, que também tem um olhar um pouco vidrado. Apesar disso, está sempre na atividade, nem que seja comemorando.

Os elementos visuais interessantes que coletamos são: