

03

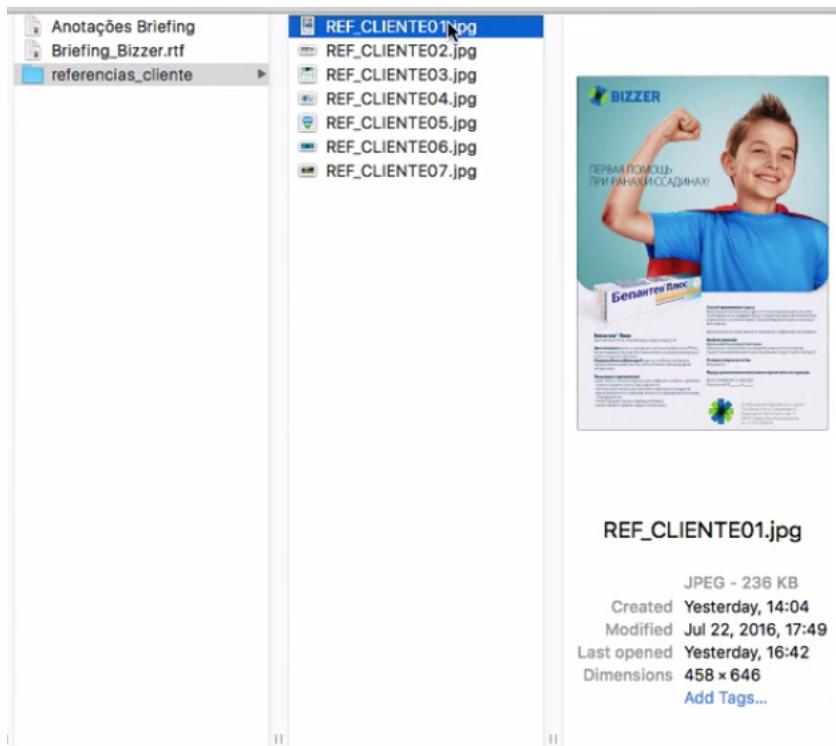
Referências

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.



THE ANALGESIC FOR CHILDREN'S HEADACHE.



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.

Anotações Briefing — Edited

necessidades e necessidades

Deve ter a camisa do time de corrida
 Cores devem ter as corporativas
 Sempre sorrindo
 Não pode usar cores institucionais de forma
 exagerada

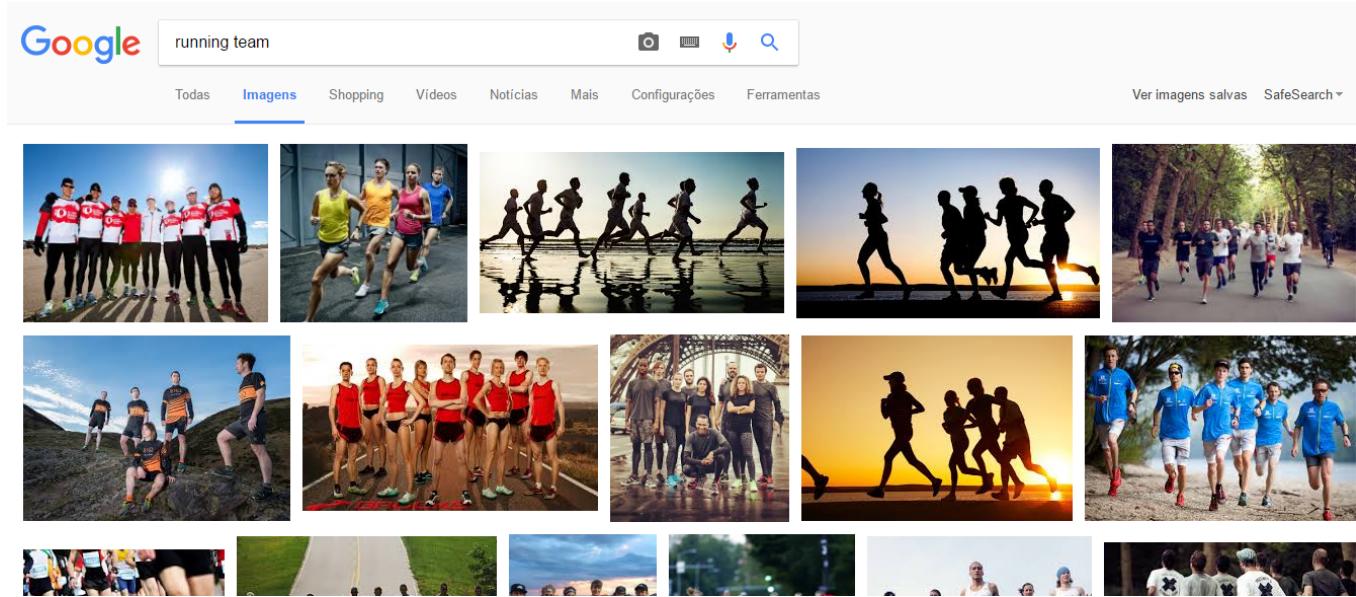
Comunicação Cliente

- Uso do fundo branco, comunicação arejada
- Uso pontual das cores institucionais
- Ação nas imagens
- Leveza

Moodboard

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.

A screenshot of a Pinterest search results page for the query "running". The search bar at the top has "running" typed into it. Below the search bar, there are tabs for "Todos os Pins" (selected), "Seus Pins", "Pessoas", and "Pastas". The main area shows a grid of pins. On the left, there is a pin from "Adri CORRIDA DICAS" titled "CORRIDA PADRÃO MOTOR" with two silhouettes of runners labeled "ERRADO" and "CERTO". Next to it is a pin from "everyday HEALTH" titled "Run Your First 5K" featuring a woman running and a 12-week workout plan. Further down, there is a pin from "Cássia Activewear" showing a woman running with headphones. On the right, there is a pin from "POPSUGAR Fitness" titled "If You Want to Run Longer, This Is a Must" with a photo of a path through trees and the word "run." overlaid. Other pins visible include one about running shoes and another about running foods.

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"

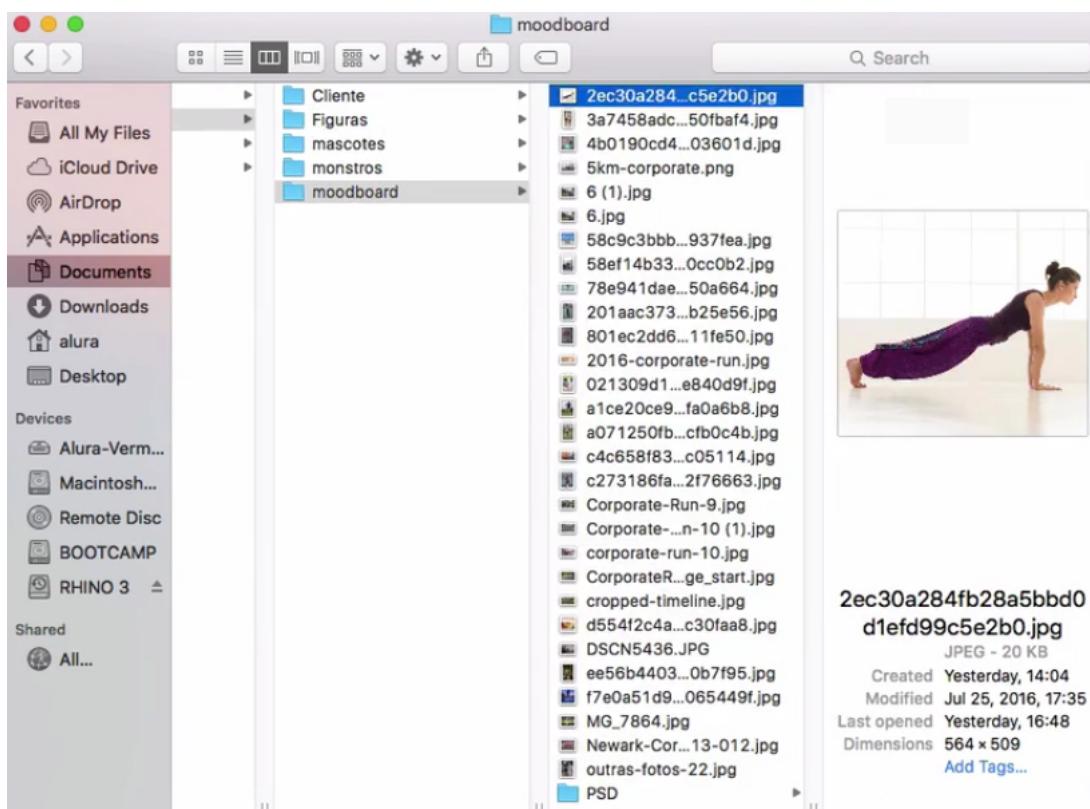
Organizar por Relevância [Organizar por data](#)



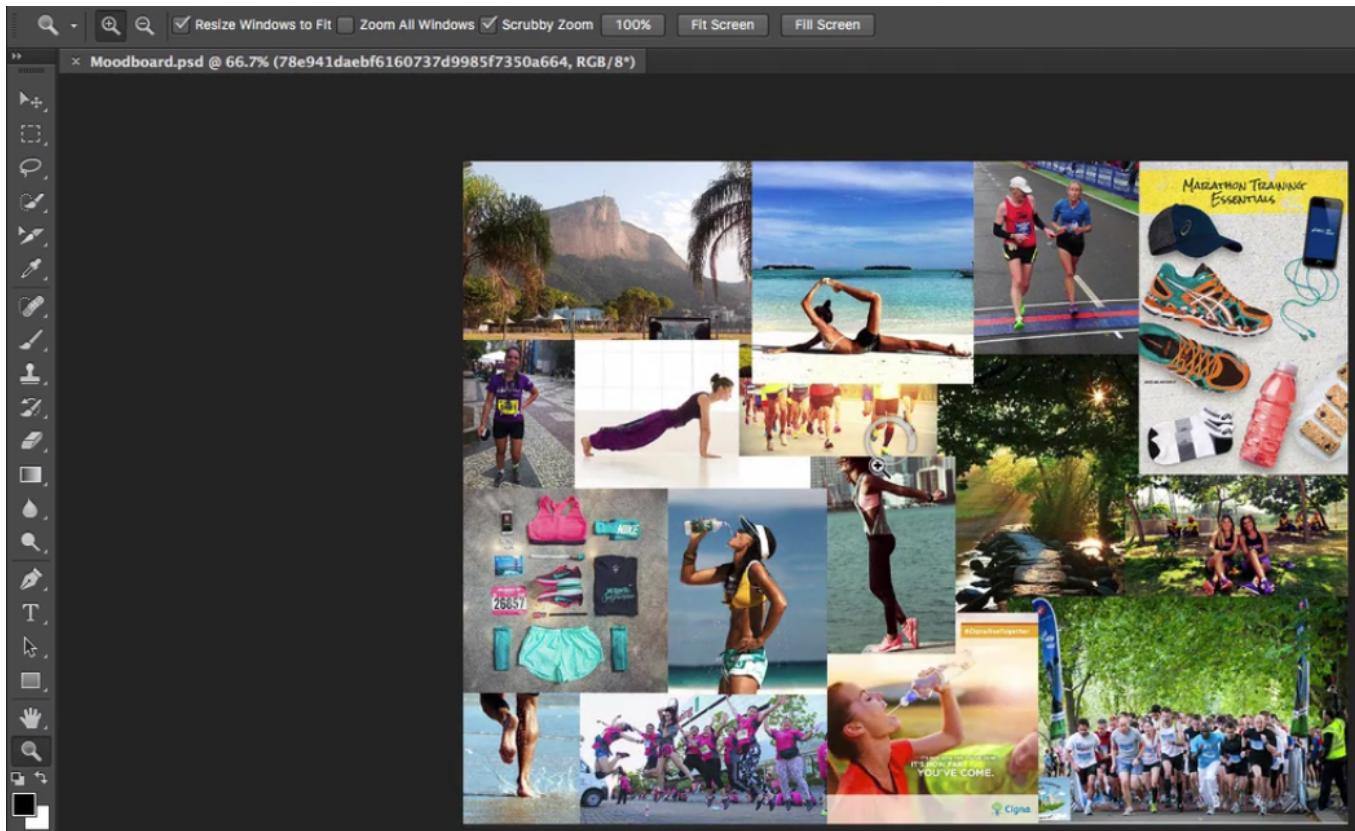
Advertising

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

As referências que achei mais relevantes estão na pasta moodboard .

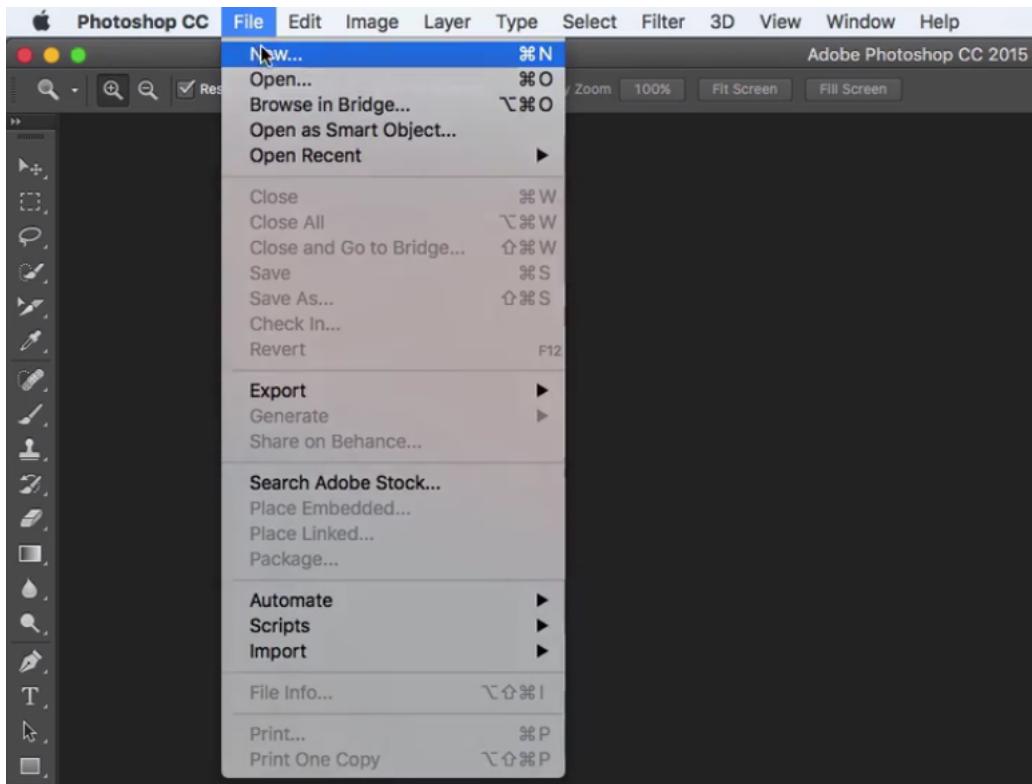


Mas não é tão conveniente ter essas referências em uma pasta e ter que passar imagem por imagem. Para facilitar, vamos criar a moodboard propriamente dita, que é como uma prancheta de inspiração, pra entrarmos no clima com as referências visuais.

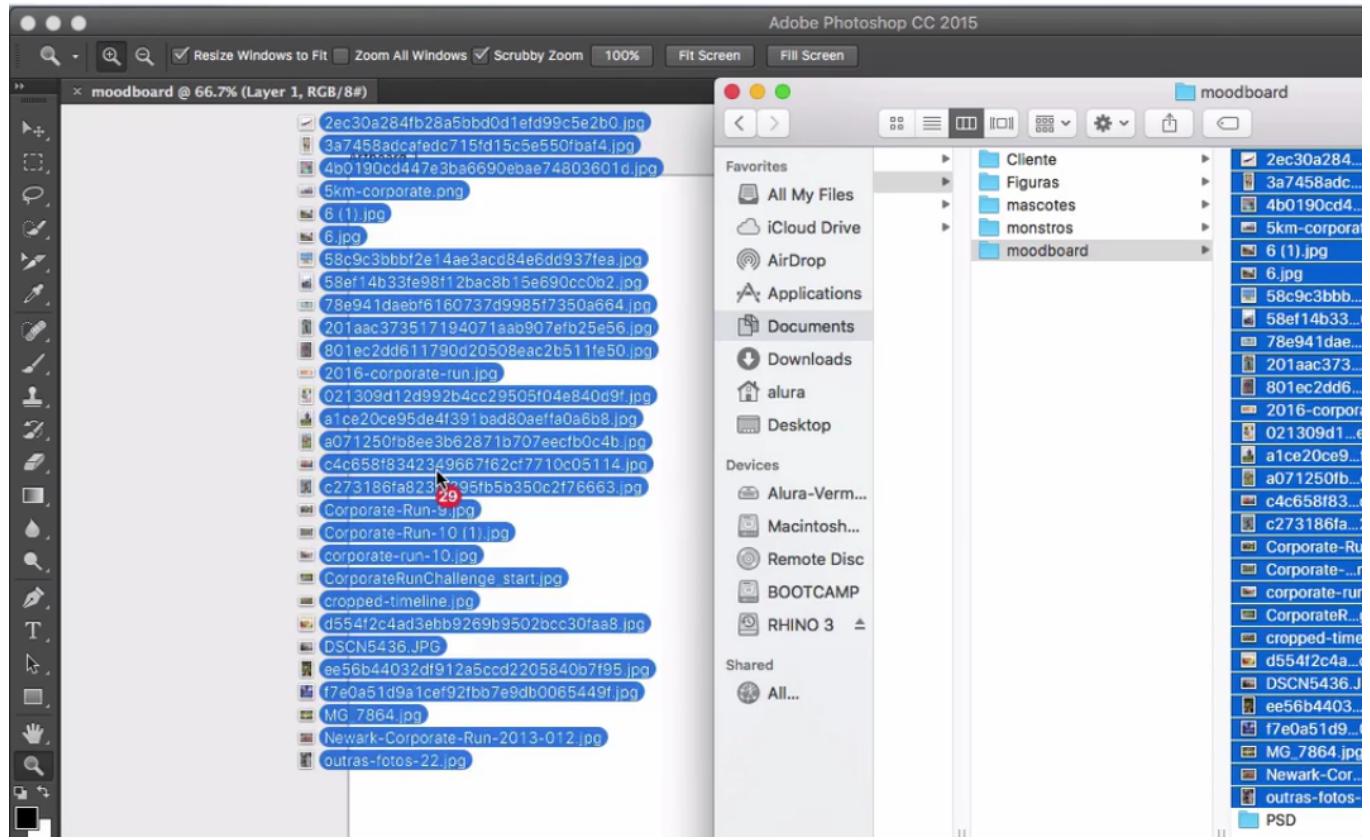


A água é um elemento que aparece em muitas fotos. Também há muita gente usando roxo, e o amarelo também é bem frequente.

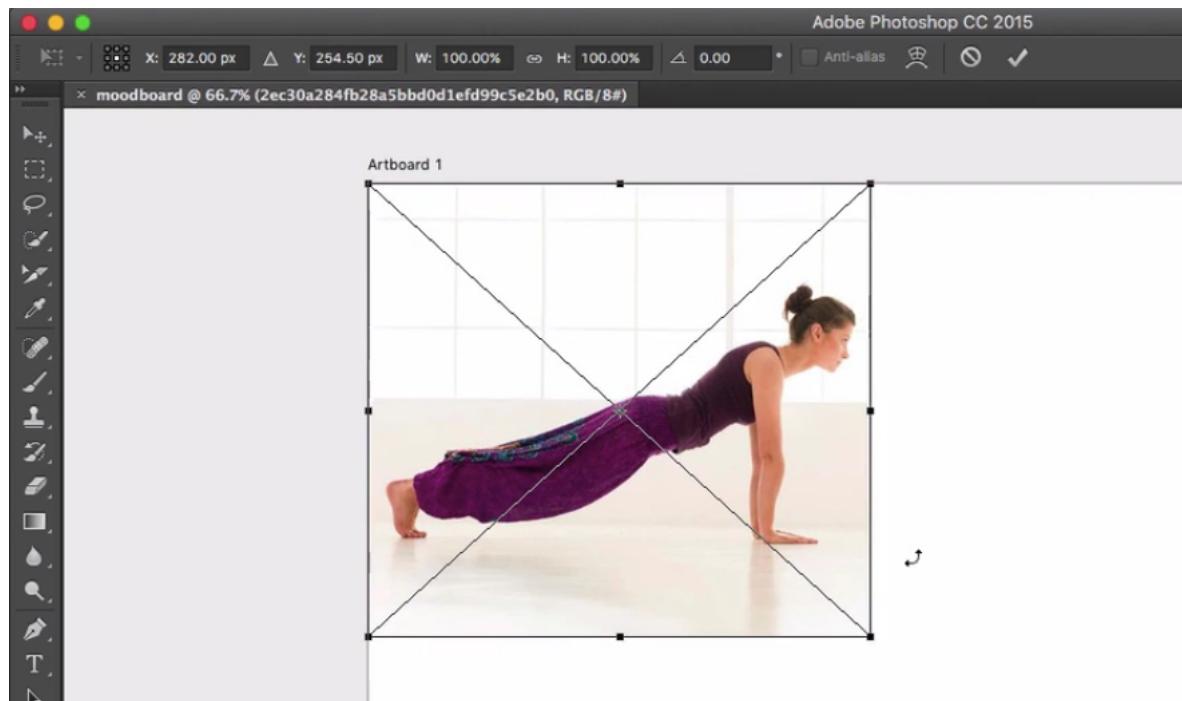
Para fazer uma dessas no Photoshop, basta criar uma nova Artboard , em File > New .



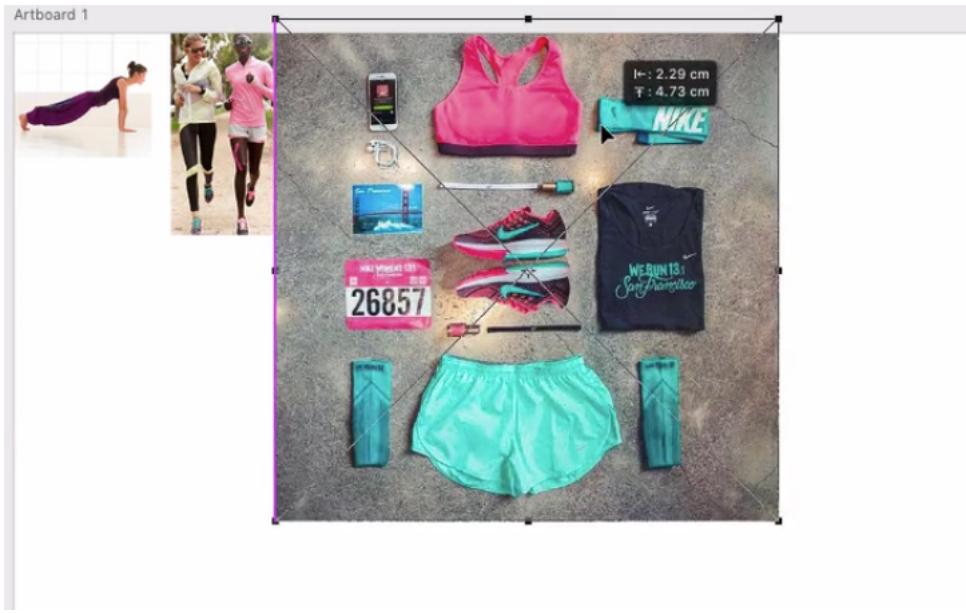
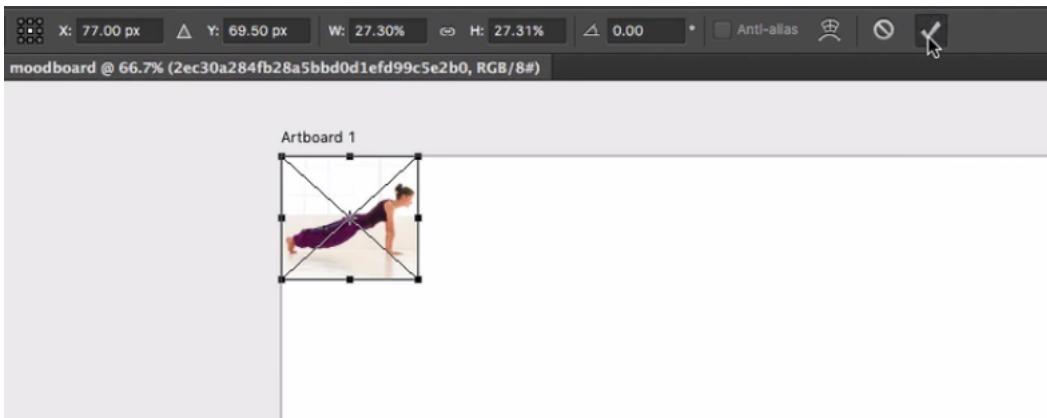
O nome será "moodboard" e o tamanho será Web (1280, 800) .



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 amistoso e inofensivo. Note que ele tem **bordas arredondadas**, que ajuda a criar o ar amistoso. 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 contagiente**. E queremos que os funcionários sintam-se contagiados e levantem 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: