

AULA 1 **BRANDING &
IDENTIDADE VISUAL**

MÓDULO 7

AGENDA

◆ esboços e rascunhos

rafe, rough, sketch

o rafe como primeira materialização da ideia

◆ não sei desenhar, e agora?

saber se expressar é 95% do papel do esboço

esboçando marcas

esboços e rascunhos

O sketch (também chamado de rough, rafe ou esboço), é como chamamos os rascunhos ou desenhos preliminares que elaboramos antes de desenvolver efetivamente uma determinada marca.

RAFE, ROUGH, SKETCH



Paula Scher, 1998

RAFE, ROUGH, SKETCH



Paula Scher, 1998

SAFE, ROUGH, SKETCH

O guarda-chuva protege os clientes de turbulências financeiras.

O arco é uma imagem simplificada do guarda-chuva emprestada do logotipo do Travellers Group.



Paula Scher, 1998

Pentagram: Brand identity for the world's largest financial institution.

CITICORP 

+

Travelers 

=

CITIGROUP 

=

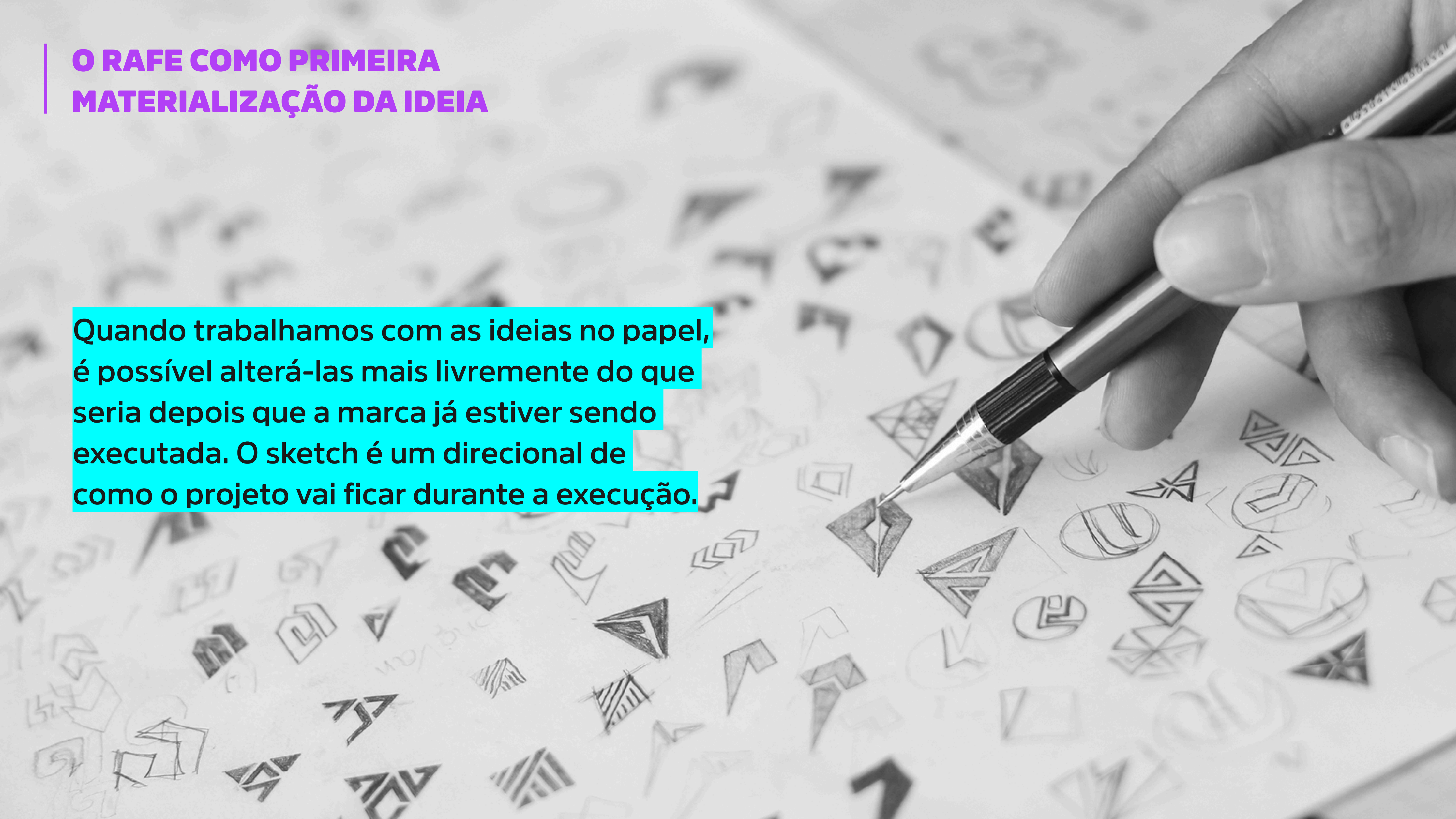
citigroup 

=

citi 

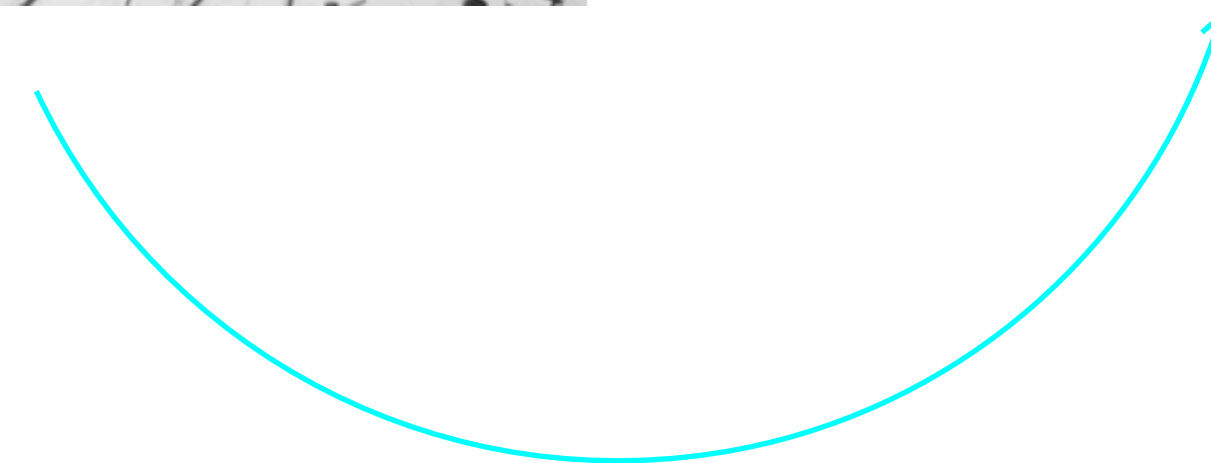
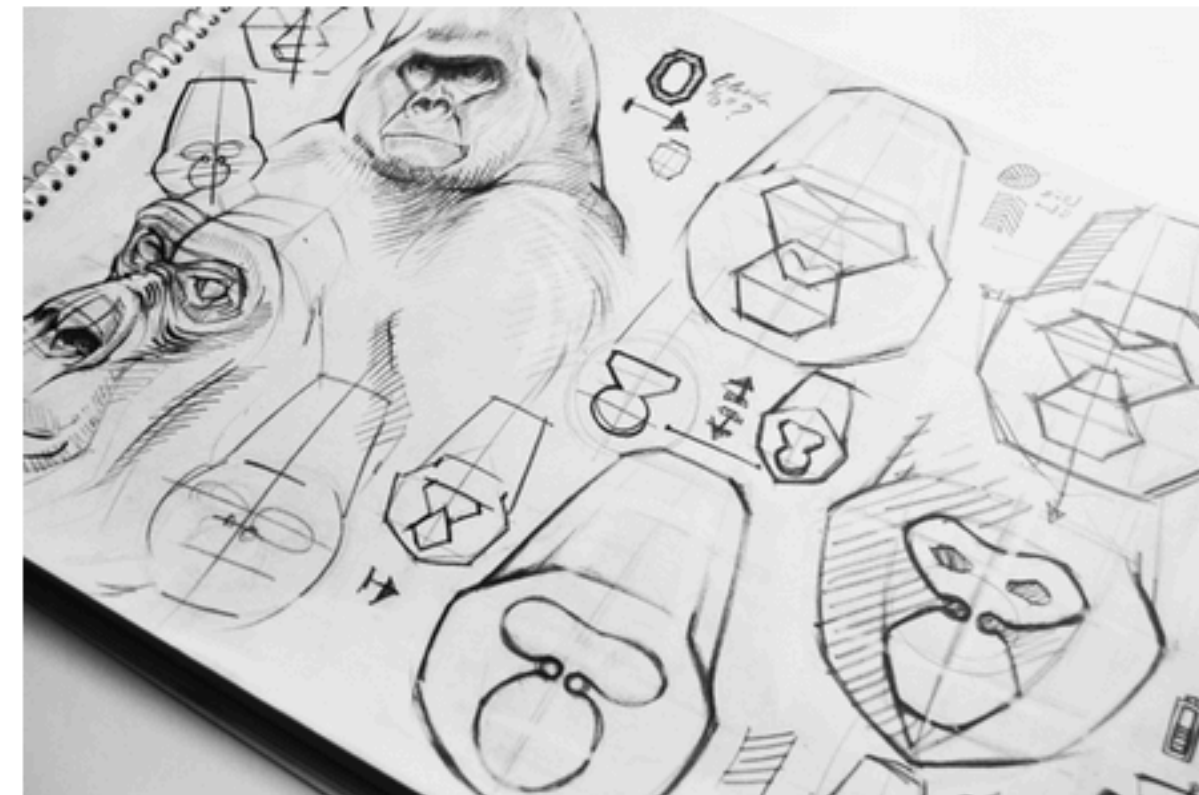
O RAFE COMO PRIMEIRA MATERIALIZAÇÃO DA IDEIA

Quando trabalhamos com as ideias no papel, é possível alterá-las mais livremente do que seria depois que a marca já estiver sendo executada. O sketch é um direcional de como o projeto vai ficar durante a execução.



O RAFE COMO PRIMEIRA MATERIALIZAÇÃO DA IDEIA

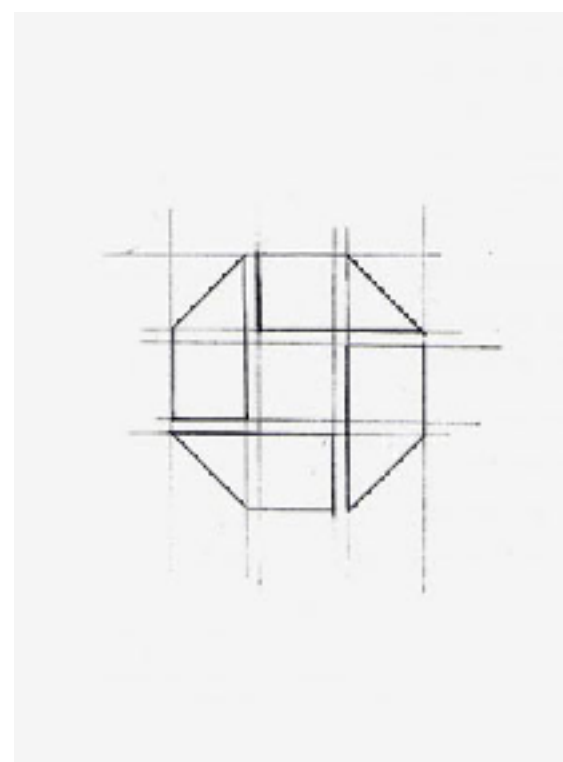
Através do esboço, percebemos que alguns aspectos da ideia inicial não funcionam tão bem quanto imaginado. Portanto, testá-las antes da execução é fundamental.



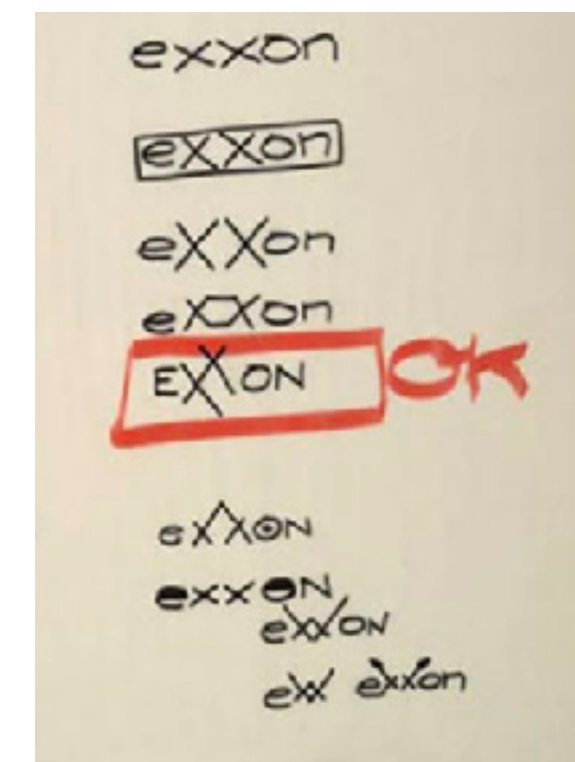
O RAFE COMO PRIMEIRA MATERIALIZAÇÃO DA IDEIA



Milton Glaser criou o logotipo **I Love NY** rabiscando em um táxi.



Tom Geismar decidiu criar uma forma octogonal ousada e abstrata para o **banco Chase**.



Raymond Loewy criou setenta e seis esboços a lápis, enfatizando o duplo 'x' da **Exxon**.



O designer rabiscou a assinatura da **Virgin** em um guardanapo de papel durante a fase de descoberta.



O logotipo da **Mobil** foi desenhado por Tom Geismar com o objetivo de fazer uma identidade limpa e moderna.



Carolyn Davidson criou o Swoosh da **Nike**, uma marca de verificação que é fluida e indica movimento e velocidade.

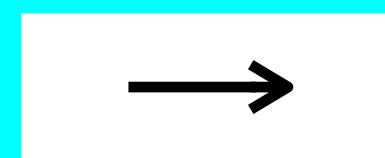
**não sei desenhar,
e agora?**

**NÃO SEI
DESENHAR,
E AGORA?**

FERROU?

SABER DESENHAR

**SABER
DESENHAR**

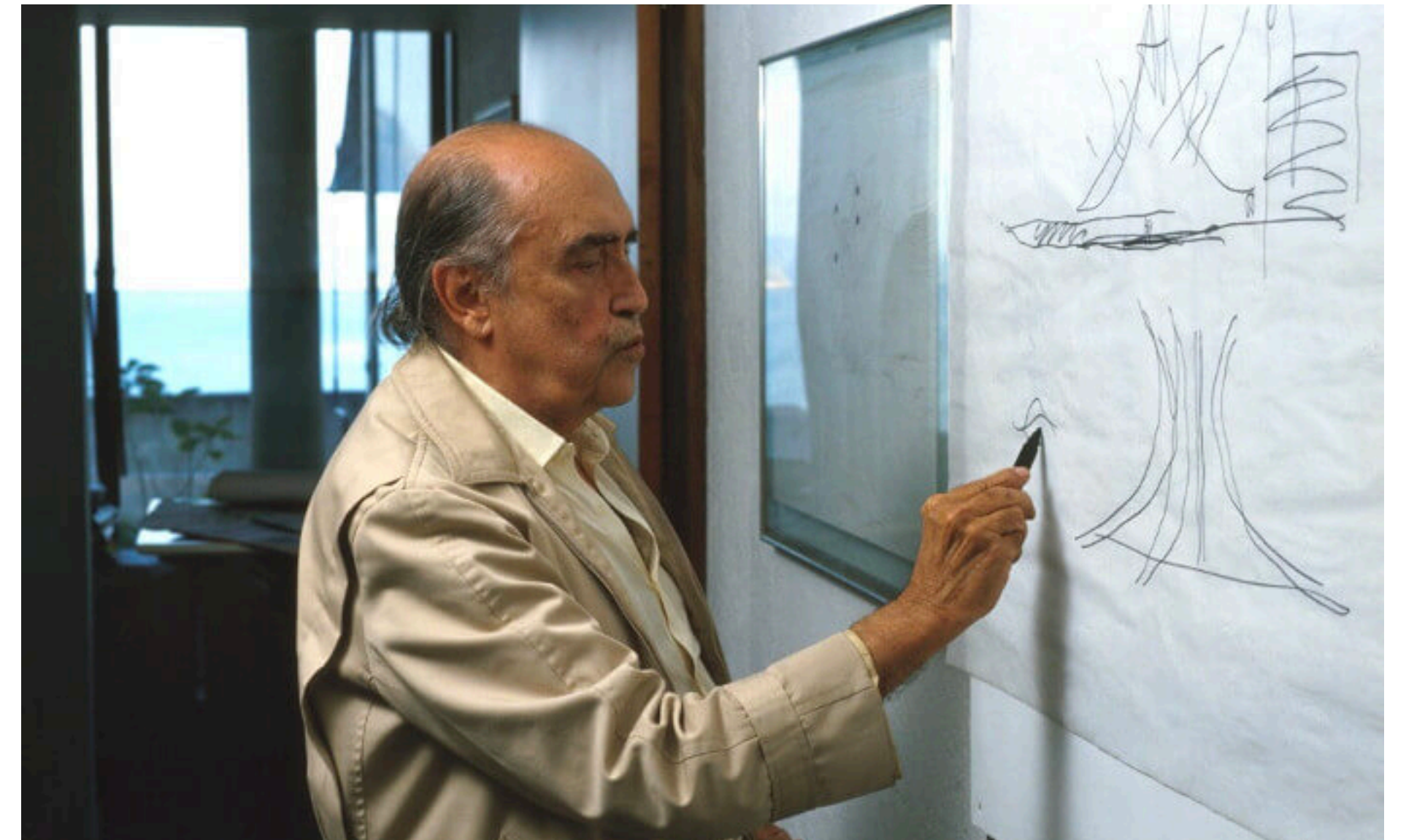


**SABER SE
COMUNICAR**

NÃO SEI DESENHAR, E AGORA?

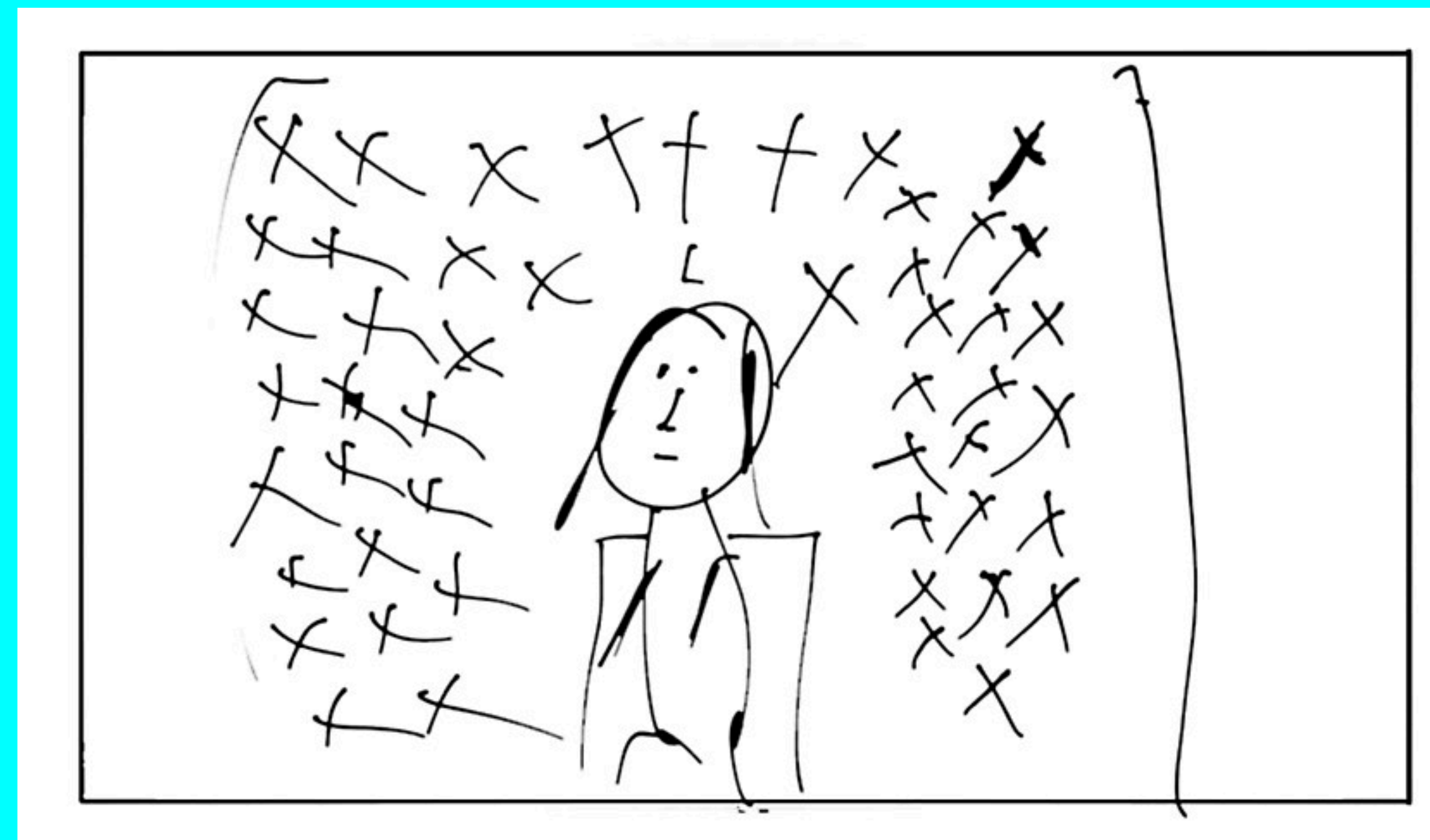
Rafear não é sobre um desenho elaborado e detalhado da criação e não envolve técnicas precisas de ilustração. Quanto mais minucioso melhor, mas não é obrigatório.

Nossos esforços devem ser aplicados em explicar e exemplificar a ideia da maneira mais simples possível!



OSCAR NIEMEYER - CATEDRAL DE BRASÍLIA (1970)

NÃO SEI DESENHAR, E AGORA?



RIAN JOHNSON - ENTRE
FACAS E SEGREDOS (2019)

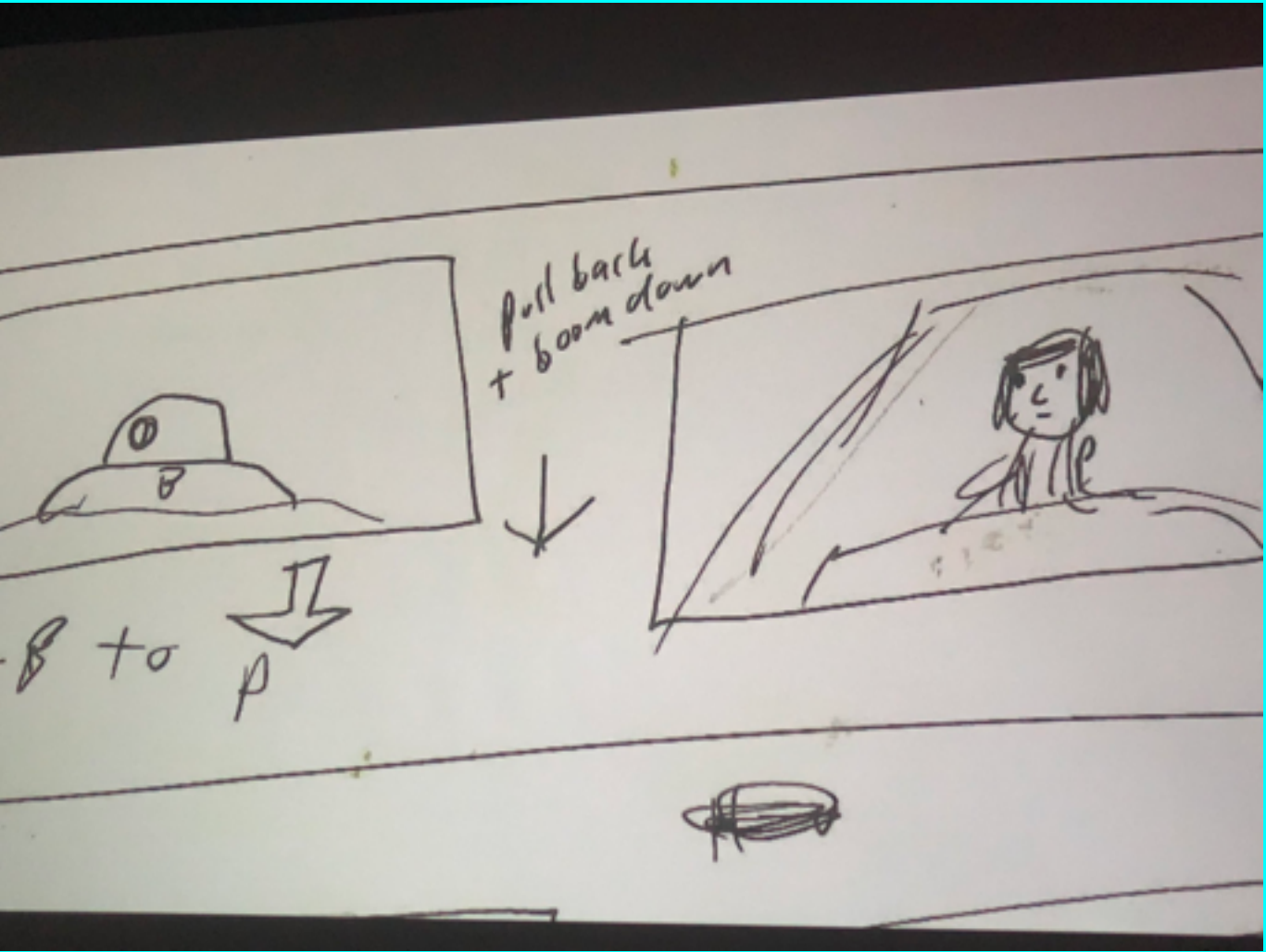
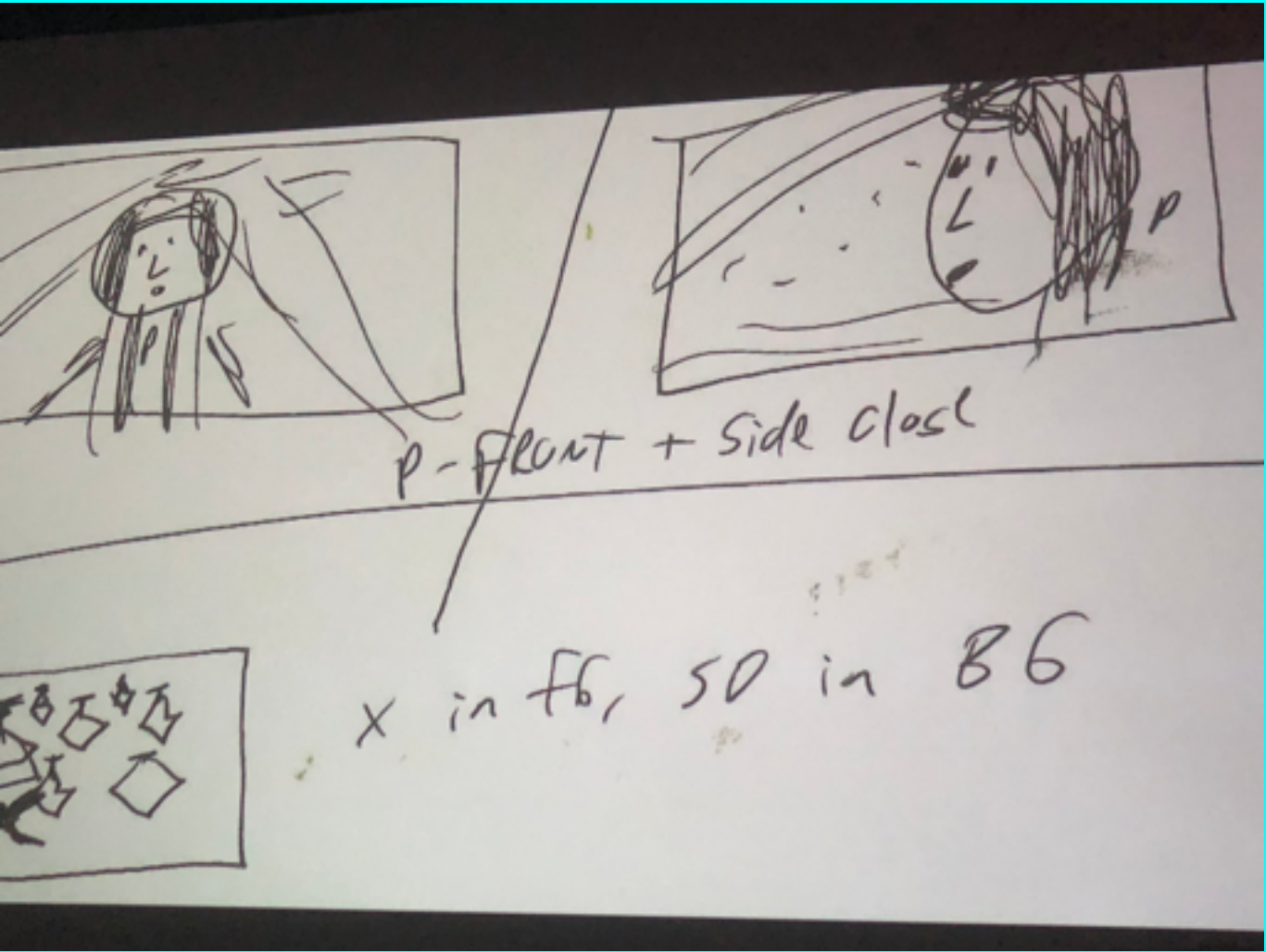
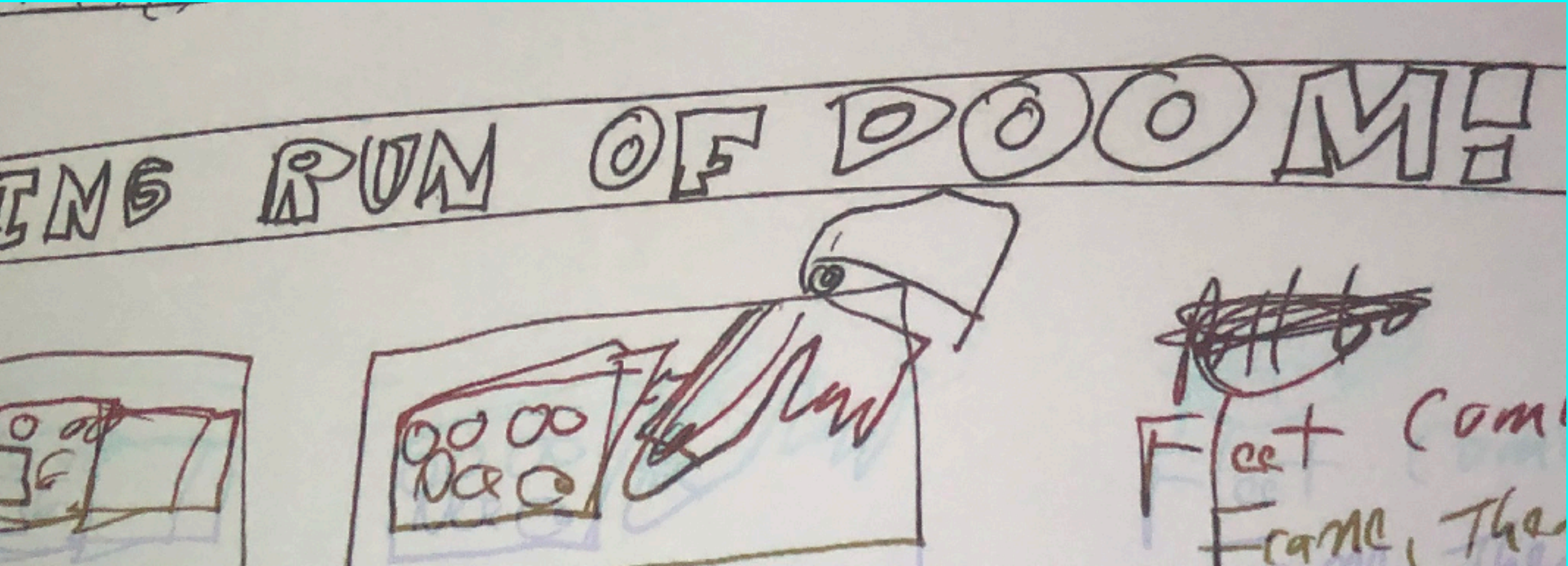
NÃO SEI DESENHAR, E AGORA?



RIAN JOHNSON - ENTRE
FACAS E SEGREDOS (2019)

NÃO SEI DESENHAR, E AGORA?

RIAN JOHNSON - THE LAST JEDI (2017)



ESBOÇANDO MARCAS

Na fase conceitual inicial, procuramos uma conexão mais direta entre uma ideia e a criação de um símbolo. É um momento de extensão intuitiva dos impulsos criativos, por isso as funções pré-programadas do computador muitas vezes apenas atrapalham.

1

Tempo para reflexão

Ao fazer uma pausa e descansar, suas idéias amadurecem e se desenvolvem na parte de trás de sua cabeça.

2

Selecionando conceitos

Adequado - se encaixa bem para o cliente e seus negócios
Distinto - destaca-se, mas é fácil de reconhecer e memorizar
Flexível - funciona em diferentes tamanhos e em vários contextos

3

Finalizando os esboços

Nessa fase as ideias iniciais são digitalizadas e traduzidas em arte digital. É um processo que ainda exige ajustes manuais. Depois imprimimos os ajustes e trabalhamos aperfeiçoando.

CURADORIA DO CONHECIMENTO



conhecer: marcas famosas
desenhadas de cabeça

o site **signs.com** conduziu uma experiência
pedindo a 156 americanos com idades entre
20 e 70 anos que desenhassem 10 marcas
famosas da melhor maneira possível

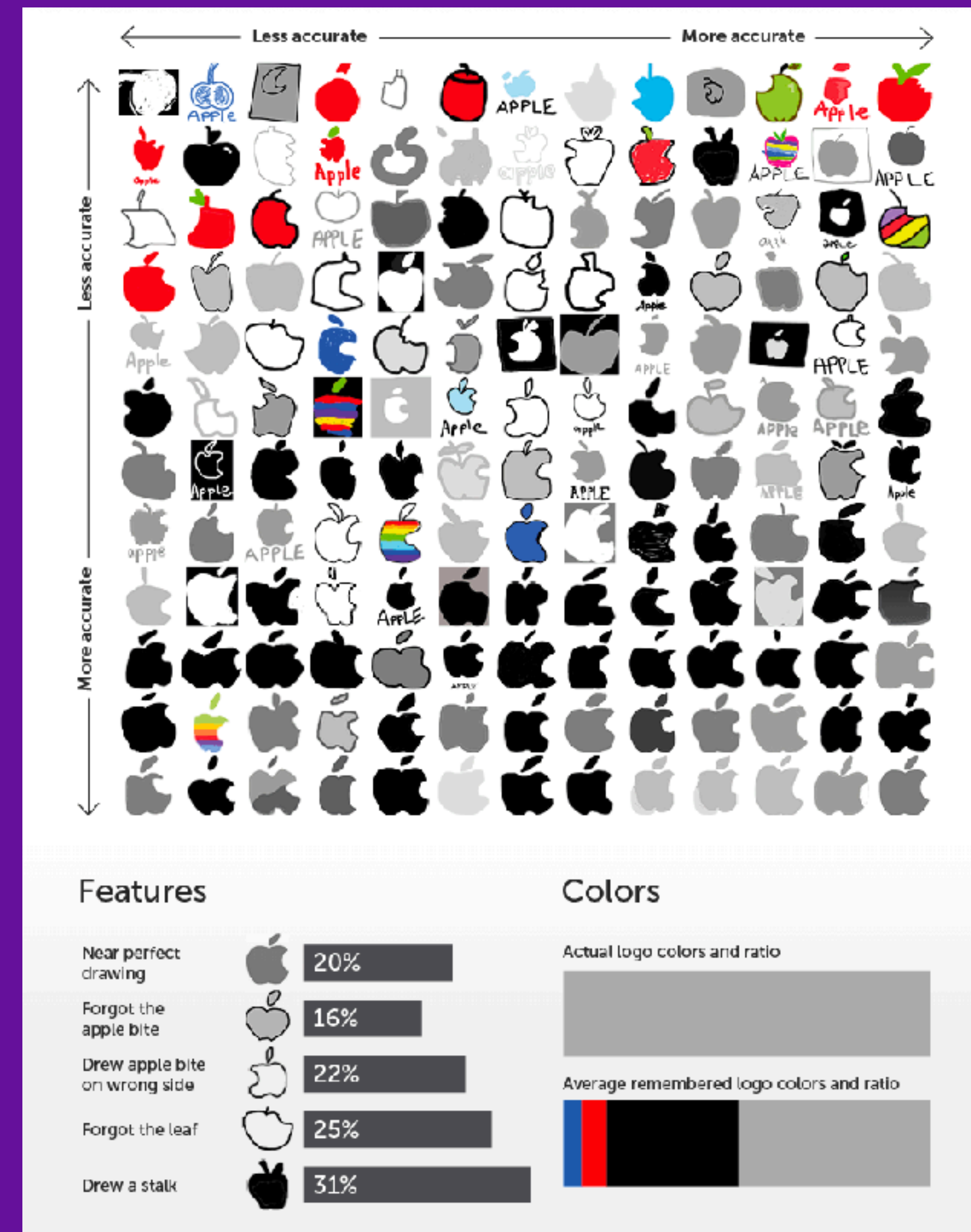
conheça 



assista: Oscar Niemeyer

Vídeo com o mestre Oscar Niemeyer desenhando
e falando um pouco do seu processo criativo

assista 



branding &
identidade visual

OBRIGADO

Quais são as três características mais importantes para se especializar em branding?

1. Compreender como as pessoas veem as coisas
2. Compreender a forma e como as pessoas veem a forma
3. Compreender como explicar ambas as coisas para alguém que não consegue fazer nenhuma delas



PAULA SCHER