

05

Referências e Inspiração

Transcrição

Coletamos várias informações sobre o Bytebank, sabemos quem são seus concorrentes, parceiros, observamos o mercado em que ele se insere, como ele e seus parceiros se apresentam. Além disso, estudamos o público disputado pelas marcas e com que o Bytebank irá se relacionar. Temos bastante bagagem a partir do qual poderemos desenhar, criar.

Não duvido que você já tenha desenhado alguma ideias interessantes ou, pelo menos, tenha imaginado algumas possibilidades. Nos arquivos da aulas, disponibilizei alguns esboços que fiz, mas é importante não finalizar nada agora. Vamos trabalhar um pouco na ideia e só depois refiná-la.

Atualmente, todos acabam alcançando resultados muito parecidos, mas existe algo que diferencia o trabalho de um designer para outro: suas referências.

Todos possuem lembranças e repertórios visuais, relacionados ao tipo de cultura consumida, estilo de vida e curiosidades gerais. Existem também as influências do próprio design, mercado, profissão, toda a bagagem que o ofício vem trazendo ao longo do tempo, pois profissionais vão criando atalhos, facilitando e abrindo caminhos. Conhecer o trabalho de outros profissionais nos permite seguir um caminho com segurança, e essa é a nossa contribuição para o logo do cliente.

Temos um o board previamente exibido, com alguns logos clássicos. Também criei um documento em que estão listados alguns nomes de designers seminais, de grande relevância para a história da nossa profissão. A lista traz alguns nomes mais recentes, também de grande importância por injetarem áreas novas ao ofício. O primeiro da lista é o [Paul Rand](http://www.paul-rand.com/) (<http://www.paul-rand.com/>), autor do logo da IBM, ABC, Westinghouse e Yale University Press. É importante pesquisar pelos nomes da lista e não se limitar a eles; procure aumentar seu repertório e entender o que eles disseram e fizeram.



Além dos logos, eu separei algumas citações de **Rand**:

"Is it distinctive? Is it visible? Is it adaptable? Is it memorable? Is it universal? Is it timeless?"

"then, when you have said 'yes' to everything above, ask this final question: is it simple?"

Ele traz a reflexão de nos questionarmos se o logo é distingível, visível, adaptável, memorável. É possível colocar o anúncio em uma parede, sendo notado pelas pessoas? O logo é adaptável? Conseguiremos trabalhar a partir dele em várias situações? Será que ele é memorável? Universal, atemporal? Se respondemos "sim" para qualquer das questões, fica uma pergunta final: "é simples?". A **simplicidade** é uma busca constante do Design.

Nós sempre tentamos buscar os elementos que representem nossas ideias de uma forma simples, porque isso enxuga o desenho e evita ruídos. Quanto mais usarmos elementos que vão além do que queremos, mais aumentamos o ruído na comunicação. Vários designers vão falar da simplicidade e concisão visual, pois trata-se de um fator bastante relevante - e o Paul Rand falou bastante sobre isso.

Existem outros profissionais que citaremos mais rapidamente. O [Saul Bass](http://www.saulbassposterarchive.com/) (<http://www.saulbassposterarchive.com/>). desenhou o logo da Quaker e da Warner (atualmente Warner Music), United Airlines - são designers muito clássicos.



O [Massimo Vignelli](http://vignelli.com/intro.html) (<http://vignelli.com/intro.html>), autor dos logos do United Colors of Benetton e da Ford. O [Milton Glaser](https://www.miltonglaser.com/) (<https://www.miltonglaser.com/>), que desenhou a camiseta "I love NY" - ideia extrapolada que inspirou outras cidades a fazerem o mesmo - e o Brooklin Brewery.



Temos designers brasileiros, como o [Alexandre Wollner](#) (Sardinhas Coqueiro e Itaú) e [Aloísio Magalhães](#) (BR, Petrobrás). Estes logos evoluíram com o tempo mas ainda conservam a mesma "cara". A [Tátil](#), uma consultoria de Design, recentemente criou o logo do Rio 2016 e da Gol. E [Ana Couto](http://www.anacouto.com.br/) (<http://www.anacouto.com.br/>), criadora do logo da Eletrobrás.

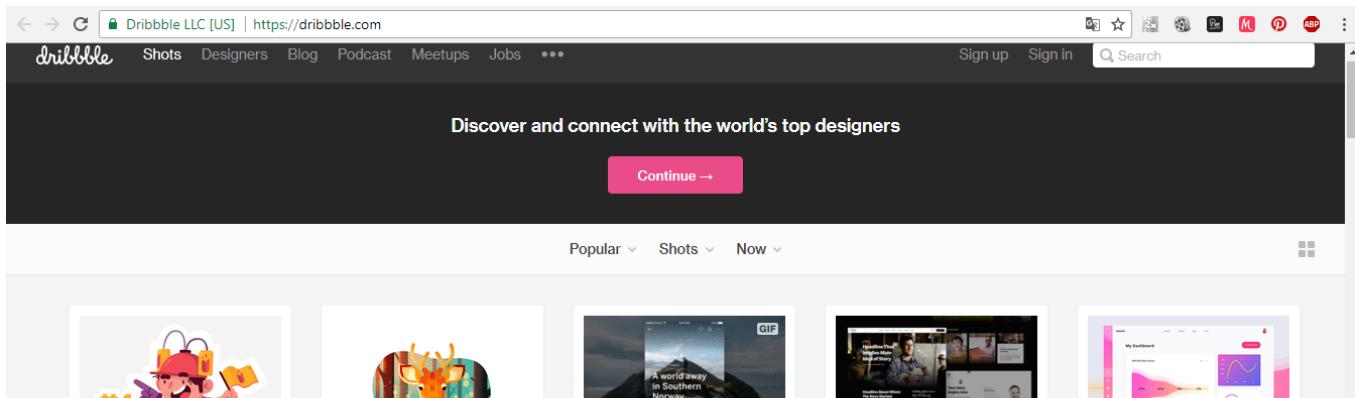
Trouxe algumas referências mais novas, entre eles, [Jon Hicks](#). Ele fez o logo do Firefox e o Mailchimp, que trazem personagens (a raposa e o macaco), mais ilustração, desenvolvendo uma linguagem interessante para as empresas. O [Stefan Sagmeister](http://sagmeisterwalsh.com/) (<http://sagmeisterwalsh.com/>) tem um trabalho mais moderno, assim como [Neville Brody](#). Ambos trouxeram frescor com novas propostas. O Brody extrapola muitos conceitos, questionando valores estabelecidos. A lista tem outros nomes: [Alex Trochut](#), [David Carson](http://www.davidcarsondesign.com/) (<http://www.davidcarsondesign.com/>)... Não se limite a essas referências, e você pode inclusive criticar as ideias dos designers.

Paul Rand trouxe as ideias do logo universal, atemporal, um conceito repetido por muitos designers, mas isto é discutível. Será que ele precisa ser realmente universal? Ou ele pode se comunicar de acordo com o público almejado? É um questionamento bastante comum.

É necessário que o logo seja atemporal? Pode ser uma ideia interessante, mas o logo pode evoluir, as tecnologias trazem novas tendências, e o Design se adequa ao mundo rápido e mutante. Tudo que citamos é discutível e devemos ter um olhar crítico, mas será a pesquisa irá beneficiá-lo bastante.

Tente entender o que levou o profissional a tomar determinado tipo de decisão. Você encontrará vários cases, em que é perceptível como os designers têm seus estilos próprios. Em alguns deles, será possível encontrar a estratégia das implementações.

Outra referência que as pessoas costumam visitar é o [Dribbble](https://dribbble.com/) (<https://dribbble.com/>). É uma comunidade de designers com muitos cases interessantes, estúdios que trabalham com tipografia, logo, identidade visual.



Há inúmeros designers modernos e isso tudo te oferecerá uma bagagem para o seu trabalho, na busca de outras influências que vão além do próprio mercado e contexto pessoal. Isso dá uma "arejada" na mente do profissional, **evitando que o mercado fique autorreferencial**. Quando ficamos presos apenas às referências do mercado, acabamos entrando em uma vala, sem conseguir distinguir o seu design dos outros.

Uma dica legal para este momento é criar um board no Pinterest com as referências encontradas para este caso específico. **Faça sua pesquisa**, e a seguir vamos começar a trabalhar com o desenho em si.