

## Pesquisas e bibliografia

### Capítulo 9 - Pesquisas e bibliografia

Nesta aula iremos falar sobre busca na Web, voltada para enriquecer nossas ideias para o Logotipo. A primeira coisa que iremos pesquisar serão imagens para nos inspirar. No caso do nosso cliente, seriam imagens de bolos, doces, cupcakes etc.



Fazendo esse tipo de pesquisa, criamos um *painel semântico de imagens*, ou seja, um quadro onde organizamos as imagens que possuem pontos-chave do tema de nosso projeto de Logo. As imagens possui elementos em comum. Veja um exemplo:



É interessante também anotar um lexico de palavras-chave para nos ajudar a direcionar o desenho para o caminho certo. É o *painel semântico de palavras*:

<b>caseiro</b>	<b>creme</b>	<b>bolo</b>
<b>doce</b>	<b>afeto</b>	<b>festa</b>
<b>cores</b>	<b>carinho</b>	<b>bolo de 3 andares</b>
<b>gostoso</b>	<b>amor</b>	<b>humor</b>
<b>manual</b>	<b>feliz</b>	<b>artesanal</b>
<b>marrom</b>	<b>cuidado</b>	<b>zelo</b>

De todas as palavras relacionadas, são bem presentes *caseiro*, *creme*, *carinho*, *bolo de 3 andares*, *marrom*.

Outro método de pesquisa, que enriquece muito nosso conhecimento é buscar logotipos e formas em livros especializados em design. Eles possuem diversas imagens que inspiram. Dois livros que podemos indicar são:

- **Los Logos** - Ed. Gestalten (vários volumes)
- **Logo Design**, Julius Wiedemann - Ed. Taschen

Uma *Identidade Visual* bem elaborada é aquela que carrega muitos significados, conceitos e tem várias camadas de entendimento.

Ou seja, o logotipo deve possuir um significado claro sobre o que é a empresa, mas também deve mostrar outras ideias nas suas "entre linhas". Uma empresa de computadores a qual tem um logotipo que é uma figura de computador e nada mais, não passa outras ideias além dessa. É muito simples, sem passar inovação, credibilidade ou qualquer outro atributo da marca.

Saber desenhar um Logo não requer apenas conhecimentos artísticos. Devemos ter criatividade e um entendimento semiótico que nos permita passar outros conceitos através de detalhes no desenho.

A *Identidade Visual* precisa ser óbvia o suficiente para passar a mensagem numa primeira olhada, mas não tão "pobre" para ter apenas um único significado. Quanto mais imergirmos no assunto e estivermos mergulhados no universo da empresa, mais inspiração teremos e mais perto de uma criação elaborada estaremos.

Conheça a fundo a empresa, visite a fábrica, o escritório, conheça seus donos e funcionários. Descubra sua história e visões de negócio. Use o produto, use sabonete, coma o bolo, se possível (por que não?) dirija o carro.



---

alura

