

## Conclusão

### Transcrição

Vamos recapitular o que vimos até agora. Começamos pelo briefing do cliente, e aprendemos a extrair dele algumas palavras-chave, para entender o que ele quer com o projeto dele. E usamos essas palavras para guiar o nosso projeto.

Começamos a nos perguntar algumas coisas a respeito desse briefing, como público-alvo, que é 35 a 50 anos. Segundo o briefing, essas são as pessoas que estão em idade de risco por conta do estilo de vida sedentário. E o objetivo da campanha é justamente tirar esse pessoal do escritório para fazer uma atividade física. É preciso fisgar esse público, entrar em contato com ele para estimular essa postura.

Os pontos de contato da campanha com o público-alvo são os boletins, emails internos, os stands internos, brindes, a tenda nos pontos de corrida e a votação do nome do mascote.

Vimos também os requisitos e restrições do projeto, ou seja: as coisas que o projeto tem que ter, e aquelas que ela não pode ter.

Com isso definido, começamos a trabalhar graficamente a comunicação do nosso cliente, com peças produzidas por ele. Tanto como ele se comunica para dentro, com os funcionários, quanto para fora, como a empresa se apresenta.

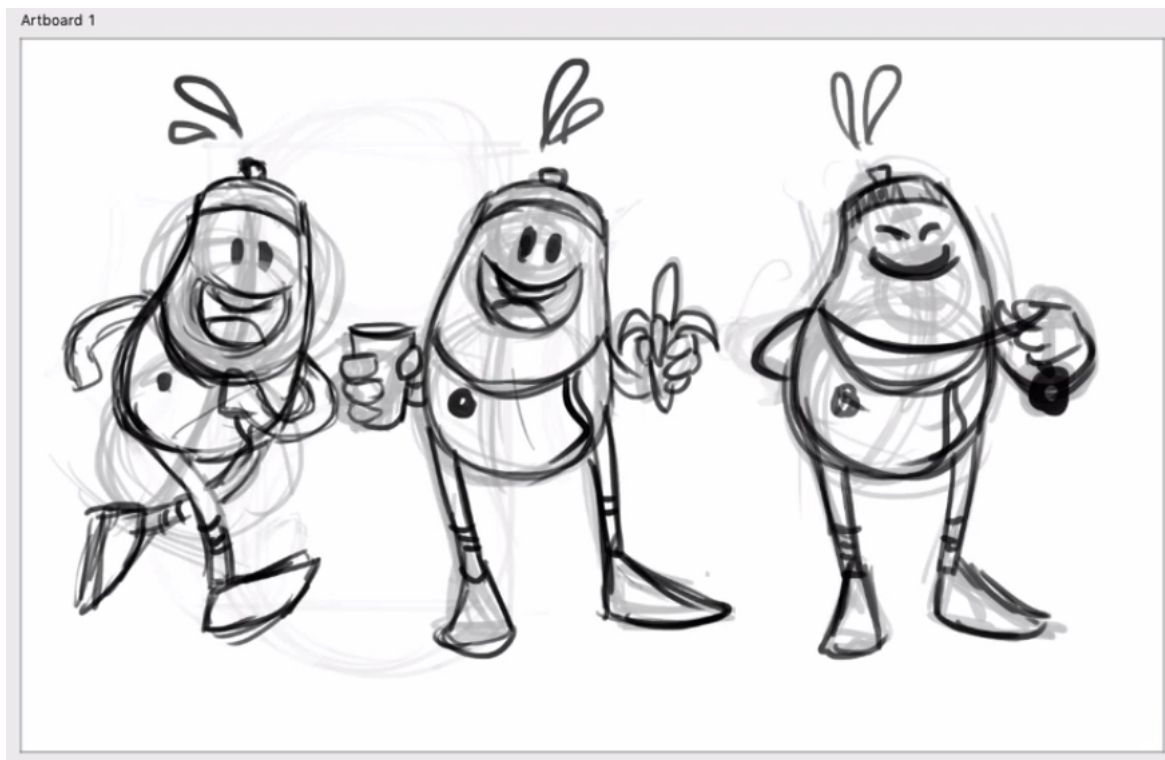
Depois passamos a analisar o mundo da corrida, e *corporate runs*. Fizemos uma análise visual também, verificando as cores mais usadas, e os elementos que se repetem em várias imagens e que poderiam ser usados no nosso personagem.

Em seguida, fomos em busca de referências em outros mascotes, em um *benchmarking*. Nessa busca, vimos elementos positivos, que achamos interessante trazer para o nosso mascote, e elementos negativos, que queríamos evitar.

Então, fizemos uma análise de figuras, para decidir se o personagem seria uma figura humana, um animal, uma fruta, um objeto ou um monstro. Vimos as vantagens e desvantagens de alguns exemplos dessas classes de figuras e optamos por fazer um objeto, que é o squeeze. Fizemos essa escolha porque o squeeze é um objeto que acompanha bastante tanto os atletas quando alguns funcionários que gostam de manter uma garrafa de água em sua mesa. Inclusive, essa é uma dica que os médicos que fazem acompanhamento físico costumam dar para os atletas, principalmente os esporádicos ou recreativos, é que eles se hidratam muito. Esse ponto de contato faz uma ponte entre o mundo do escritório e o mundo da corrida.

Depois disso passamos à geração de ideias, pensando no papel como o personagem seria, e como o squeeze viraria um personagem. Começamos a pensar em formas, e o que o círculo, o retângulo e o triângulo representam. Aprendemos, então, a conjugar essas formas para criar uma estrutura para o personagem, com proporções e um jeito de fazer que permita que repitamos esse personagem quantas vezes forem necessárias.

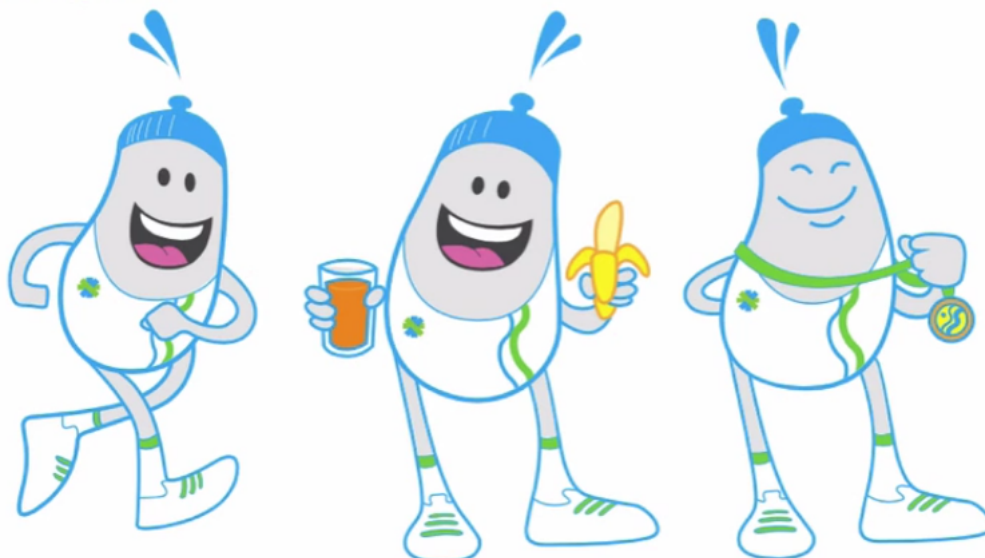
A partir disso rascunhamos o personagem, e terminamos com o esboço do personagem em três poses.



Essa é a última etapa antes da finalização do personagem. Não faremos a finalização nesse curso, mas na sua sequência. Você pode fazê-lo, para terminar esse ciclo. Nele, vamos parar de usar o Photoshop e a mesa digitalizadora, e vetorizaremos o personagem no Illustrator. Chegaremos no seguinte resultado:

## Construção do Personagem

### Bizzer Running Team



Façam o próximo curso para acompanhar o processo. Espero que tenham gostado! Até lá!