

Nome:	Fábio José Pereira Lima
Escola:	SENAI Anchieta

### Cana 1 (nome do canal e link)

Dia Supermercado

<https://www.youtube.com/user/diasupermercado>

O que as imagens observadas no canal expressam e qual impressão podem causar no usuário.



A imagem reflete o carinho para com as pessoas, passando a ideia de uma empresa acolhedora, através do grupo de pessoas alegres e felizes presente na imagem, na paleta de cor avermelhada, e os smiles te convidando a interagir com a empresa a partir dos links para suas redes sociais, e presente em tamanho menor por toda a imagem.

Identifique os três principais elementos da imagem (**pontos, linhas e formas geométricas**) em cada um dos canais.

Linha: é utilizada no espaço para se engajar com as redes sociais

Traço: É formado um arco a partir do grupo de pessoas representando um abraço

Ponto: temos vários pontos representados pelos smiles distribuídos ao longo da imagem em várias cores

Redija um texto contendo uma análise crítica sobre as imagens, com argumentação fundamentada nos princípios da Gestalt.

Os Princípios da Gestalt são :

- **Unidade** – agrupamento de pessoas
- **Segregação** – separação do arco de clientes e o retângulo de redes sociais
- **Semelhança** – obtida pela a palheta vermelha entre fundo e cores de roupa
- **Proximidade** – agrupamento muito próximo das pessoas
- **Unificação** – identificar um arco de acolhimento a partir da disposição das pessoas
- **Continuidade** – arco formado pelas pessoas, tocando retângulo de redes sociais
- **Pregnância** – alta pregnância traduzida através da repetição do tema pessoas, cada um com sua individualidade

A imagem do Supermercado Dia reflete o carinho para com as pessoas, passando a ideia de uma empresa acolhedora, através do grupo de pessoas alegres e felizes presente na imagem.

A Gestalt, tem em sua estrutura para entender como nosso cérebro utiliza parâmetros de leitura visual, ao enxergarmos um composto de elementos (sejam eles objetos, pessoas, paisagens, animais ou textos), a tendência é agrupar características que sejam semelhantes, de forma que sua interpretação seja a mais rápida possível. Dentro da Imagem do Supermercado Dia temos: Unidade – agrupamento de pessoas. Segregação – separação do arco de clientes e o retângulo de redes sociais. Semelhança – obtida pela palheta vermelha entre fundo e cores de roupa. Proximidade – agrupamento muito próximo das pessoas. Unificação – identificar um arco de acolhimento a partir da disposição das pessoas. Continuidade – arco formado pelas pessoas, tocando retângulo de redes sociais. Pregnância – alta pregnância traduzida através da repetição do tema pessoas, cada um com sua individualidade.

A imagem que o Supermercado Dia quer passar de si mesmo é de uma organização preocupada com o bem-estar de todos os tipos de público, representado pela união de várias pessoas de diversos grupos humanos.

**Cana 2 (nome do canal e link)**

Supermercados BH

[https://www.youtube.com/channel/UCPddzwrY2N1Kd\\_mO1I5wsiQ](https://www.youtube.com/channel/UCPddzwrY2N1Kd_mO1I5wsiQ)

**O que as imagens observadas no canal expressam e qual impressão podem causar no usuário.**



A imagem apresenta a preocupação do Supermercados BH em se apresentar como um grupo grande, e que há uma loja do grupo bem perto de você, sendo de fácil, e faz isto ao utilizar seu logo de forma ostensiva, em cores fortes e bem definida, em contra posição ao padrão de fundo, e apresentando um mapa na mão da consumidora. A presença humana é mera coadjuvante passando uma mensagem perigosa que o cliente pode não ser importante para a organização (ela está ali somente para segurar o cartaz)

**Identifique os três principais elementos da imagem (pontos, linhas e formas geométricas) em cada um dos canais.**

**Linha:** é utilizada no espaço para se engajar com as redes sociais e em letras de formato reto

**Traço:** a consumidora é apresentada em um traço mais indefinido. O logo tipo é composto e elemento simples em azul, sobreposto do "BH" de cores mais quentes de forma a destacar bem o nome da organização

**Ponto:** São utilizados para reforçar a presença do supermercado em todo o Estado

**Redija um texto contendo uma análise crítica sobre as imagens, com argumentação fundamentada nos princípios da Gestalt.**

**Os Princípios da Gestalt são:**

- **Unidade** – A imagem não me passa unidade, são 3 mensagens embora interligadas no discurso, estão somente juntas.
- **Semelhança** – obtida pela palheta de cores Azul, Vermelho e Amarelo
- **Proximidade** – temos nestas imagens 3 grupos desconexos não passando a sensação de proximidade
- **Unificação** – não há fechamento nas imagens, os grupos não se conversam conquanto imagem.

- **Continuidade** – não há continuidade, é possível ver somente cada um dos grupos em separado se um fluxo entre eles.

**Pregnância** – alta pregnância traduzida pela simplicidade de forma de cada um dos grupos formadores da imagem.

A imagem se apresenta como agrupamento de 3 sub-imagens, não criando um fluxo ou vínculo visual entre elas. Percebe-se mais uma preocupação do Supermercados BH em se apresentar como um grupo grande e presente em todo estado, ou seja, vai ter um perto de você, do que ser um lugar que você pode se sentir bem. A presença humana é mera coadjuvante passando uma mensagem perigosa que o cliente pode não ser importante para a organização (ela esta ali somente para segurar o cartaz).

Considerando que , a Gestalt, tem em sua estrutura para entender como nosso cérebro utiliza parâmetros de leitura visual, ao enxergarmos um composto de elementos (sejam eles objetos, pessoas, paisagens, animais ou textos), a tendência é agrupar características que sejam semelhantes, de forma que sua interpretação seja a mais rápida possível, dentro da Imagem do Supermercado BH sinto falta da aplicação destes conceitos , a saber: Unidade – A imagem não me passa unidade, são 3 mensagens embora interligadas no discurso, estão somente juntas. Semelhança – obtida pela palheta de cores Azul, Vermelho e Amarelo. Proximidade – temos nestas imagens 3 grupos desconexos não passando a sensação de proximidade. Unificação – não há fechamento nas imagens, os grupos não se conversam conquanto imagem. Continuidade – não há continuidade, é possível ver somente cada um dos grupos em separado se um fluxo entre eles. Pregnância – alta pregnância traduzida pela simplicidade de forma de cada um dos grupos formadores da imagem. Concluo colocando que a imagem somente faz uma apologia de si mesmo (do BH) como uma grande rede, porem não despertando nas pessoas uma vontade de se transformar em cliente.

### Cana 3 (nome do canal e link)

Sonda Supermercados  
<https://www.youtube.com/user/sondasupermercados>

O que as imagens observadas no canal expressam e qual impressão podem causar no usuário.




O Sonda apresenta de forma direta seu recado, em uma imagem em forma de banner, em cores suaves e harmônicas, venha ter uma experiência agradável e vantajosa para você (Qualidade e Economia). Apresenta primeira a mensagem para criar o interesse dos clientes e em segundo plano se apresenta em um discreto retângulo ao lado direito inferior.

Identifique os três principais elementos da imagem (**pontos, linhas e formas geométricas**) em cada um dos canais.

Linha: é utilizada no texto reto para passar uma mensagem direta.

Traço: Opta por trabalhar com dois pesos de letras, um para chamar a atenção e o outro para dizer o porquê você deve ser cliente.

Ponto: utilizado em forma de múltiplos  indicando a amplas satisfações dos clientes com o supermercado

**Redija um texto contendo uma análise crítica sobre as imagens, com argumentação fundamentada nos princípios da Gestalt.**

**Os Princípio da Gestalt são:**

- **Unidade** – os elementos apresentam equilíbrios cada um cumprindo sua função.
- **Segregação** – construída pelo uso de fontes de peso diferente e pelo contraste de cor branca / alaranjado.
- **Semelhança** – obtida pelo peso de letras iguais dentro de cada mensagem, e a repetição dos símbolos de “ok”
- **Proximidade** – obtida pelo uso de fontes de peso diferente e cor das letras, todas brancas de fundo alaranjado.
- **Unificação** – alinhamento dos textos e disposição dos vários ícones de “ok”.
- **Continuidade** – alinhamento dos textos.

- **Pregnância** – alta pregnância traduzida através da economia de textos para transmitir a mensagem.

Imagem, simples, clara e direta, suportada por um fundo que expressa ao mesmo tempo elegância e aprovação de seu público.

A Gestalt, tem em sua estrutura para entender como nosso cérebro utiliza parâmetros de leitura visual, ao enxergarmos um composto de elementos (sejam eles objetos, pessoas, paisagens, animais ou textos), a tendência é agrupar características que sejam semelhantes, de forma que sua interpretação seja a mais rápida possível. Dentro da Imagem do Sonda Supermercados temos os elementos atuando de forma a transmitir a mensagem ao mesmo tempo de forma firme mas delicada, utilizando os elementos do Gestalt da seguinte forma: Unidade – os elementos apresentam equilíbrios cada um cumprindo sua função. Segregação – construída pelo uso de fontes de peso diferente e pelo contraste de cor branca / alaranjado. Semelhança – obtida pelo peso de letras iguais dentro de cada mensagem, e a repetição dos símbolos de “ok”. Proximidade – obtida pelo uso de fontes de peso diferente e cor das letras, todas brancas de fundo alaranjado. Unificação – alinhamento dos textos e disposição dos vários ícones de “ok”. Continuidade – alinhamento dos textos. Pregnância – alta pregnância traduzida através da economia de textos para transmitir a mensagem.

É apresentada uma imagem eficiente e agradável ao olhar a partir de poucos elementos utilizados de forma harmoniosa.