



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo propôs mostrar as diferentes estratégias da direção de arte na construção de conexão emocional entre público e marca em corridas de rua imersivas por meio do design emocional e seus três níveis, além de explicitar as principais características desse gênero de corrida – até então sem classificação.

Na Star Wars Run 2016, vimos a importância da direção de arte em trabalhar o contraste de cores, sons, texturas e formas na cenografia e demais elementos para despertar percepções sensoriais ligadas à temática espacial sombria do evento.

Na Marvel Run: Desafio Vingadores 2015, pudemos notar a intenção da direção de arte de proporcionar conforto e uma experiência prazerosa e bem sinalizada aos mais de 8 mil participantes, para que praticassem o esporte sem interrupções, de maneira satisfatória e fluida, organizando-os por baterias temática.

Na Disney Princess Magical Run 2017, notamos a forma como a direção de arte utilizou a força dos laços emocionais construídos ao longo dos

anos entre os corredores e os personagens da Disney aplicados nas peças cenográficas que criou uma atmosfera lúdica e proporcionou emoções contemplativas. O trabalho de músicas-tema das histórias, cores, formas e demais elementos de cunho visceral funcionaram, concomitantemente aos elementos simbólicos dos personagens, para reforçar a autoimagem dos participantes.

Todas as corridas tinham como objetivo mercadológico a divulgação de produtos (filmes) por grandes marcas. Dado o número de participantes nas três corridas, podemos notar que as corridas imersivas são uma importante ferramenta estratégica de *branded content* para cativar e levar os participantes a consumir o produto-tema da corrida. Essa estratégia visa à valorização das marcas, atrelando valores típicos do esporte às empresas e a seu público consumidor.

O diretor de arte, como interlocutor dos universos criados para as corridas imersivas e os corredores, possui papel fundamental para que toda a atmosfera lúdica seja criada e vivenciada pelo público de modo imersivo, por meio da criação de artifícios sinestésicos, no nível visceral, funcionais, no nível comportamental, e contemplativos, no nível reflexivo.

Pudemos observar, por fim, que todas as corridas imersivas compreendem os três níveis do design emocional. O que chamou a atenção e foi levantado neste artigo foi o fato de cada uma das corridas apresentadas trabalhar em um dos níveis com maior intensidade, gerando emoções diferentes como agitação, conforto e nostalgia, etc.

Assim, a análise de corridas imersivas sob a ótica do design emocional buscou contribuir para a melhor compreensão, por diretores de arte, designers e outros profissionais, da importância de criar ambientes que visem construir emoções e laços afetivos com seus consumidores e demonstrar que as corridas de rua têm grande potencial de desenvolvimento criativo.