

O Design Gráfico e a Moda

The Graphic Design in the Fashion World

Marly de Menezes Gonçalves
FASM / FAU-USP
arq.menezes@yahoo.com.br



Objetivo

O conteúdo programático da disciplina de Comunicação Visual do Produto, dentro do curso de Desenho de Moda, procura integrar o Design Gráfico à área de Moda estimulando os alunos na criação da Identidade Visual de uma Marca própria.

Este artigo tem o objetivo de valorizar a interdisciplinaridade entre a área de Design Gráfico e a Moda, apresentando o trabalho desenvolvido na disciplina de Comunicação Visual dentro do curso de Design de Moda.



Descrição sucinta do tema

Esta pesquisa procura mostrar os trabalhos realizados pelos alunos do curso de Moda, contribuindo para o desenvolvimento de uma melhor aplicação dos conceitos do Design Gráfico na criação de marcas no setor de moda.

Os trabalhos expressam a criação e aplicação dos elementos de identificação visual, logotipo, símbolo e/ou mascote em materiais de promoção como catálogos, embalagens e papelaria, visando a promoção da Identidade Visual de uma marca.



Os alunos que trabalharam com o setor infantil desenvolveram inúmeras embalagens procurando despertar o interesse das crianças. Cada embalagem procurava ser reutilizada, transformando-se em uma peça lúdica.



Os alunos foram estimulados a buscar as soluções aos seus problemas, sempre supervisionados pelo professor da disciplina.



No trabalho desenvolvido pela aluna Mariana Mebekian, que desenvolveu uma marca no setor da alfaiataria para executivos, foi possível verificar a utilização elegante da mascote, tornando-a um importante elemento visual de fixação da marca junto ao seu público de interesse.



Conclusão

A disciplina de Comunicação Visual não teve o objetivo de fazer com que os alunos de Moda venham a desenvolver esta atividade profissionalmente. O objetivo foi proporcionar a estes futuros profissionais da área de Moda, elementos suficientes para que eles possam apresentar claramente as suas idéias aos profissionais da área do Design Gráfico quando do desenvolvimento dos elementos gráficos para a campanha de uma coleção.

Pelo exposto neste artigo, podemos notar que a integração das atividades ligadas à área do Design Gráfico ao curso de Design de Moda, em muito contribuirá ao desenvolvimento dos profissionais destas duas grandes áreas do Design.

Materiais e Métodos

Esta pesquisa teve um caráter exploratório por meio de levantamento bibliográfico em livros e sites relacionados à criação de uma marca e ao desenvolvimento do design gráfico e entrevistas aos profissionais da área do Design Gráfico.

As atividades foram apresentadas pela metodologia caso/problema, onde cada aluno desenvolveu seu trabalho individualmente, mas coletivamente dentro de cada setor.

Agradecimentos

Ao Prof. Eddy pela oportunidade de trabalhar com este tema e pelas valiosas orientações e aos alunos do 3º ano do Curso de Desenho de Moda da Faculdade Santa Marcelina em 2007, em especial: Ana Liz Ceregatti, com a marca ANA LIZ, Camila Junqueira com a marca CAMILA JUNQUEIRA, Erica Coutinho com a marca ÉTICA COUMAN, Fabiane Antunes com a marca FABIANE ANTUNES - BI, Fernanda Minelli com a marca FERNANDA MINELLI, Hanna Coelho com a marca LÊS POUPEÉS, Helena Wen com a marca HELENA WEN, Helenita Facó com a marca NITA FACÓ, Mariana Mebekian com a marca MEK, Marina Rebouças com a marca MARINASSAURO, Sara Dias com a marca DIÁSTOLE, Sílvia Oliveira com a marca SPIRODIRO, Carolina Santana e Elka Benacchio pela edição e produção fotográfica.

