

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES (ICHCA)
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

RELATÓRIO TÉCNICO
(Trabalho de Conclusão de Curso)

**PLANEJAMENTO GRÁFICO DAS PEÇAS DE COMUNICAÇÃO
DO EVENTO MODA E IMAGEM**

WILSON BELARMINO SANTOS DA SILVA

Maceió/AL

2021

WILSON BELARMINO SANTOS DA SILVA

**PLANEJAMENTO GRÁFICO DAS PEÇAS DE COMUNICAÇÃO
DO EVENTO MODA E IMAGEM**

Relatório Técnico (Trabalho de Conclusão de Curso) apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de graduado em Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas.

Orientadora: Profa. Dra. Mercia Pimentel

Maceió/AL

2021

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

S586p Silva, Wilson Belarmino Santos da.
Planejamento gráfico das peças de comunicação do evento moda e imagem / Wilson Belarmino Santos da Silva. – 2021.
81 f. : il.

Orientadora: Mercia Pimentel.
Monografia (Trabalho de Conclusão do Curso em Relações Públicas) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências, História, Comunicação e Artes. Maceió.
Inclui glossário.

Bibliografia: f. 30.
Apêndices: f. 33-77.
Anexos: f. 78-81.

1. Moda e imagem. 2. Identidade visual. 3. Peças de comunicação. I. Título.

CDU: 659.4:391



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL)
Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes (ICHCA)
Curso de Relações Públicas

ATA DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

TCC para obtenção do grau de Bacharel em Relações

Aos 19 dias do mês de julho do ano de 2021, das 16h às 17h30, realizou-se no Curso de Relações Públicas, da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), a sessão de apresentação do Trabalho de Conclusão de curso (TCC), intitulado **Planejamento gráfico das peças de comunicação do evento Moda e Imagem** do graduando **Wilson Belarmino Santos da Silva**, matrícula 14211234, como parte dos requisitos para obtenção do Grau de Bacharel em Relações Públicas. A banca foi composta por **Pollyanna Isbelo Melo** (1ª examinadora), **Manoella Maria Pinto Moreira das Neves** (2ª examinadora) e **Mercia Sylvianne Rodrigues Pimentel** (orientadora). Após exposição oral sintetizando o TCC, o graduando foi arguido pelos membros da banca e em seguida respondeu aos questionamentos levantados. Ao fim da sessão, a banca se reuniu em particular o TCC foi considerado:

- (x) Aprovado, atribuindo-lhe a nota 10,0
() Reprovado
() Aprovado, condicionado a reformulação, devendo o graduando entregar uma segunda versão de seu trabalho em prazo não superior a _____ dias úteis.

Subscrevemo-nos

MERCIA SYLVIANNE RODRIGUES PIMENTEL (orientadora)

POLLYANNA ISBELO MELO (1ª examinadora)

MANOELLA MARIA PINTO MOREIRA DAS NEVES (2ª examinadora)

Dedico a minha família, aos meus pais José Cristino e Jucimary,
a minha irmã Monique Michelle e ao meu sobrinho Yan
Benjamim, que ao longo dessa trajetória se tornaram os meus
maiores apoiadores e sempre foram a razão para que concluísse
essa etapa. Nós conseguimos!

E a Leila Albuquerque, que durante esta jornada tornou tudo mais
fácil. Sem você por perto os resultados não seriam os mesmos.
Gratidão eterna.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha orientadora, Mercia Pimentel, que me acompanha desde o primeiro artigo para o Intercom, e que com sua postura impecável, se manteve ao meu lado diante das adversidades cuja dedicação e paciência serviram como pilares de sustentação para a conclusão deste trabalho.

As minhas professoras Elizete Lili Menezes, Pollyana Isbelo, Rosa Correia e Sandra Nunes Leite, por me ouvirem, incentivarem e terem me dado oportunidades antes nunca ofertadas.

As minhas amigas de graduação Alexsandra Cabral, Karolynne Gomes e Andressa Janyffer Rodrigues, que compartilharam na rotina da graduação as dores, os sabores e as conquistas.

As minhas amigas de curso e mentoras Bárbara Isis e Lívia Enders, que além do apoio e incentivo, são verdadeiras missionárias da palavra Intercom e que graças a essa paixão, pude viver a experiência desse congresso.

As famílias Moura Barboza e Albuquerque Melo, pelo acolhimento em seu seio familiar, e que como um filho, me acolheram, alimentaram e foram lar.

A Juliana Barboza, por ter compartilhado o sonho de criar o projeto para internet Clichê e Reticências, do qual me capacitou com as primeiras experiências na área de design gráfico e branding.

E a Raianny Yulle, pelo excepcional apoio que me deu durante a construção desse trabalho.

Ser humano é ser junto.

(Mário Sérgio Cortella)

RESUMO

Este relatório apresenta o planejamento gráfico utilizado para a construção da identidade visual da quarta edição do evento Moda e Imagem, realizado em 2019. O Moda e Imagem é um evento do qual expõe assuntos no campo da moda, promovendo através de palestras e workshops conhecimento para estudantes e profissionais das áreas de moda, design, artes, marketing, publicidade, jornalismo, fotografia e demais áreas correlacionadas. Para desenvolver esse trabalho, foram aplicados conhecimentos tanto da área de comunicação, quanto da área do design, fundamentados em autores como Munari (2001), Santaella (2001), Moura (2003), dentre outros. O cronograma do evento foi elaborado para atender as demandas gráficas, que desde a adaptação do release, a apresentação de captação de recursos, planejamento para conta do evento no Instagram, vídeos, papelaria, brindes e sinalizações na estrutura do prédio. Sendo assim, para a criação das peças gráficas utilizadas no evento, foi adotada a simplificação do processo, tendo como norteador os princípios das metodologias ágeis. Desse modo, este relatório visa descrever as etapas, os processos, as ferramentas utilizadas e as peças de comunicação que constituíram a imagem do evento, que teve inspiração no eixo social da sustentabilidade por meio da inclusão e da representatividade na moda.

Palavras-chave: Moda e Imagem. Identidade visual. Peças de comunicação.

ABSTRACT

This report presents the graphic planning used to build the visual identity of the fourth edition of the event Moda e Imagem, held in 2019. Fashion and Image is an event that exposes subjects in the fashion field, promoting through lectures and workshops knowledge for students and professionals in the areas of fashion, design, arts, marketing, advertising, journalism, photography and other correlated areas. In order to develop this work, knowledge was applied both in the communication area and in the design area, based on authors such as Munari (2001), Santaella (2001), Moura (2003), among others. The event's schedule was drawn up to meet the graphic demands since the adaptation of the release, the presentation of fundraising, planning for the event account on Instagram, videos, stationery, gifts and signs in the building structure. Therefore, to create the graphic pieces used in the event, it was adopted the simplification of the process, having the principles of agile methodologies as guide. Thus, this report aims to describe stages, processes, tools used and the pieces of communication that constituted the image of the event, which was inspired by the social axis of sustainability through inclusion and representativeness in fashion.

Keywords: Fashion and Image. Visual identity. Communication tools.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Esboço do logo.....	17
Figura 02 - Esboço do logo.....	17
Figura 03 - Esboço do logo.....	18
Figura 04 - Fonte Ace Sans.....	19
Figura 05 - Prancha de edição Adobe Illustrator.....	20
Figura 06 - Cartão de identificação digital.....	21
Figura 07 - Borda para Instagram.....	22
Figura 08 - Logo e borda para avatar perfil Instagram.....	23
Figura 09 - Prancha de edição Illustrator com personagens e imagotipo.....	23
Figura 10 - Esboço vetorizado.....	24
Figura 11 - Personagens.....	25
Figura 12 - Personagens.....	25
Figura 13 - Personagens.....	26
Figura 14 - Personagens.....	26
Figura 15 - Personagens.....	26
Figura 16 - Combinação das ilustrações.....	27
Figura 17 - Texto.....	27
Figura 18 - Imagotipo.....	28

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
PROCESSO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO.....	15
RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	16
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	29
REFERÊNCIAS.....	30
GLOSSÁRIO.....	31
APÊNCIDES.....	33
Apêndice A – Briefing.....	33
Apêndice B – Brainstorm.....	36
Apêndice C – Plano de Ação.....	37
Apêndice D – Plano de Comunicação.....	38
Apêndice E – Manual da Marca e Projeto Gráfico.....	39
ANEXO - Apresentação do Evento Moda e Imagem – 4ª edição.....	78

INTRODUÇÃO

O Moda e Imagem é uma realização do projeto de extensão Moda e Comunicação, que visa discutir e praticar ações relativas à produção de imagens de Moda por meio de workshops e palestras constituídas por profissionais externos de destaque nacional e internacional, docentes e discentes da Escola Técnica de Artes da Universidade Federal de Alagoas (ETA-UFAL).

O evento é o único de nível acadêmico no estado que tem como público-alvo estudantes e profissionais da área de moda e afins. A primeira edição foi realizada em 2016, no Museu da Imagem e Som de Alagoas (MISA), trazendo uma exposição de editoriais de moda e desenhos produzidos por alunos da ETA. A segunda ocorreu em 2017, no Arquivo Público de Alagoas (APA), tendo como ponto alto a oficina Criação de Imagem de Moda, ministrada por Wesley Madson, produtor de moda e figurinista.

O Moda e Imagem - terceira edição aconteceu em 2018, no Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN-Alagoas), composto por workshops, palestras e mesas-redondas e um público de mais de 300 participantes. A quarta edição aconteceu nos dias 08 e 09 de novembro de 2019 e foi realizada pela primeira vez no prédio próprio da ETA. Além disso, o evento foi selecionado para participar da 9ª Bienal Internacional do Livro de Alagoas. A edição contou com a presença de palestrantes locais e de outros estados, além de profissionais representantes do meio acadêmico.

Na época dessa edição, fazia parte do projeto Moda e Comunicação, como aluno do curso Técnico em Produção de Moda. Além disso, por ser acadêmico de Comunicação Social - Relações Públicas e ilustrador, fui encarregado pela coordenadora do projeto de desenvolver o design de comunicação visual do evento.

O trabalho produzido junto ao projeto teve como objetivo criar um planejamento gráfico comunicacional aliando design e comunicação. Essa atuação foi muito relevante para aplicar na prática conceitos estudados ao longo dos cursos, bem como aprimorar técnicas de design gráfico, apoiando-se em autores como Munari (2001), Santaella (2001) e Moura (2003).

Para desenvolver o design de comunicação do Moda e Imagem 2019, tomei como base alguns princípios das metodologias ágeis, onde o principal enfoque foi a

simplificação. Dessa forma, todo o processo ficou dividido em 3 etapas: identificar, desenvolver e editar.

Inicialmente, foi necessário o *redesign* da marca utilizada nas edições anteriores. Além disso, outras peças de comunicação visual foram criadas, as quais dividi em: divulgação, programação, brindes, identificação e diversos, sendo as peças planejadas para distribuição impressa (offline) e ou em plataformas digitais (online).

O objetivo do trabalho foi planejar e criar o design de comunicação visual para a quarta edição do evento Moda e Imagem, o qual foi dividido nas seguintes fases:

Analisar o conteúdo das edições anteriores disponíveis na internet, redes sociais e arquivos armazenados;

Elaborar o projeto de identidade visual;

Desenvolver o projeto gráfico (impresso e digital);

Criar cronograma de mídias sociais para o Instagram;

Editar e finalizar peças de divulgação, programação, brindes, identificação e outros.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com Munari (2001), praticamente tudo o que os olhos humanos veem é comunicação visual, sendo assim, cores, texturas, imagens e formas buscam comunicar alguma mensagem, seja de forma intencionada ou ocasional. A escola processual e a escola semiótica são as principais no estudo da comunicação, conforme dispõe Fiske (1998). A processual vê a comunicação como sendo a transmissão de mensagens, e a mensagem é o que é transmitido pelo processo de comunicação. Já para a semiótica, a comunicação é vista como uma produção e troca de significados, onde a mensagem é uma construção de signos que produz significados pela interação com os receptores.

Diante do exposto, percebe-se que independente da corrente teórica, a comunicação ocorre numa diversidade de contextos, conforme Santaella (2001) define:

Toda mensagem, em quaisquer tipos de signos, verbais, visuais ou mesmo sonoros, está sempre preñe de índices contextuais, situacionais, históricos, culturais, ideológicos, políticos que apontam, de modo mais ou menos explícito, para o contexto representado na mensagem (SANTAELLA, 2001, p. 91).

Já no tocante ao design, “a origem mais remota da palavra está no latim *designare*, verbo que abrange ambos os sentidos, o de designar e o de desenhar”, segundo Cardoso (2008).

Na atualidade, o emprego da palavra “design” é extremamente amplo, e segundo Moura (2003, p.118) “Design significa ter e desenvolver um plano, um projeto, significa designar. É trabalhar com a intenção, com o cenário futuro, executando a concepção e o planejamento daquilo que virá a existir”.

A evolução comunicacional impulsionada pelos avanços tecnológicos, transformou a sociedade. Pode-se dizer que, na realidade contemporânea, o design de comunicação está presente em todos os lados: nas redes sociais, nos jornais, quando lemos um livro, inclusive na identidade visual dos lugares, marcas e produtos. Ele é tido como umas das subáreas da comunicação visual por estar diretamente ligado aos processos comunicacionais e midiáticos, seu objetivo é sintetizar graficamente uma mensagem ou

um conceito, envolvendo um processo criativo que se propõe à resolução de um problema de comunicação.

O designer de comunicação é o profissional responsável pela criação de elementos visuais capazes de implementar uma estratégia comunicacional, ou seja, vai muito além do que apenas criar formas gráficas, ultrapassando a função meramente estética. Assim, de acordo com Moura (2003, p.118), cabe ao designer:

Criar, desenvolver, implantar um projeto – o design – significa pesquisar e trabalhar com referências culturais e estéticas, com o conceito da proposta. É lidar com a forma, com o feitiço, com a configuração, a elaboração, o desenvolvimento e o acompanhamento do projeto.

Seu trabalho deve abranger planejamento e estruturação de elementos tanto estéticos como intelectuais e comunicacionais, produção e avaliação de resultados. Para encontrar a solução mais adequada para a resolução de seu problema, o designer pode fazer uso de uma metodologia projetual que o auxilie a atingir seus objetivos.

PROCESSO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

Para a elaboração do planejamento gráfico das peças de comunicação do Moda e Imagem 2019, busquei simplificar ao máximo todo o processo, dividindo a criação do projeto nas seguintes etapas: **Identificar, Desenvolver e Editar**.

Na primeira etapa, **Identificar**, analisei o conteúdo das edições anteriores disponíveis na internet, redes sociais e demais arquivos armazenados pelos membros do projeto. Assim, percebi características presentes na identidade do evento em suas edições anteriores. Feito isso, elaborei um *briefing* para ser aplicado no grupo dos produtores, com o objetivo de encontrar norteadores, sendo esse o primeiro passo para definir os pontos essenciais para a criação de uma identidade visual.

Após o *briefing*, ainda na reunião com a equipe dos produtores, conduzi um *brainstorm* para a exposição de ideias e discussão das necessidades do evento, bem como as particularidades do desenvolvimento do projeto de identidade visual.

É importante esclarecer que o projeto moda e comunicação capta anualmente patrocinadores para que o evento seja realizado, não havendo uma verba pré-estabelecida. Para essa captação de recurso, é ofertada em contrapartida a possibilidade da criação de editorial, manequim vivo e divulgação das marcas por serviços ou produtos.

Dessa forma, na segunda etapa, nomeada **Desenvolver**, elaborei um plano de ação que seguiu o cronograma baseado nas necessidades de divulgação do evento. O ponto de partida foi o redesign da marca que seria utilizado, desde o primeiro momento, junto aos materiais de apresentação do evento e o projeto de cota de patrocínio, ambos em formato de mídia digital.

Em sequência, veio o projeto de identidade visual, o cronograma para mídias sociais e o projeto gráfico contendo o *layout* das mídias online e offline, sendo a produção dividida em 5 tipos de materiais: divulgação, programação, brindes, identificação e diversos.

Na terceira e última etapa, já com os projetos de identidade visual e gráfico criados, dei início à edição e finalização das peças. Nessa fase, utilizei os softwares Adobe Illustrator, Power Point e NCH Video Pad, constatando assim, a importância do designer de comunicação possuir uma boa bagagem de referências, pois ela permite que ele traga para suas criações aspectos culturais e artísticos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para o planejamento gráfico comunicacional, segui os princípios e valores dos métodos ágeis, dispostos por Kent (2001) no *Manifesto ágil*. A metodologia ágil nasceu da necessidade das empresas que trabalham com tecnologia, principalmente desenvolvedores de softwares, conduzirem seus planejamentos de forma não convencionais. Antes dessas metodologias os projetos costumavam ser lentos e burocráticos.

O manifesto é constituído por 12 princípios, dos quais selecionamos os seguintes como mais relevantes para o desenvolvimento do projeto:

- Entregas contínuas e adiantadas, priorizando a satisfação do cliente;
- Colaboração do cliente através de *feedback* e mudanças nos requisitos, gerando assim um processo incremental;
- Simplicidade, adaptabilidade e sustentabilidade no modelo do projeto;
- Equipes auto organizáveis e a priorização da transmissão de informações através do face a face.

É importante ressaltar que a agilidade é um dos pilares do movimento. O ciclo de desenvolvimento dos produtos é extremamente reduzido, no entanto, o formato de trabalho é eficiente e alcança os resultados esperados em um curto período.

No desenvolvimento das mídias online e offline, utilizei a metodologia PDCA para gestão do projeto gráfico. O PDCA significa: plan (planejar), do (fazer), check (verificar) e act/adjust (agir ou ajustar). Essa técnica de gestão interativa me permitiu acelerar e aperfeiçoar os processos, visto que pude identificar os problemas, suas respectivas causas e propor soluções.

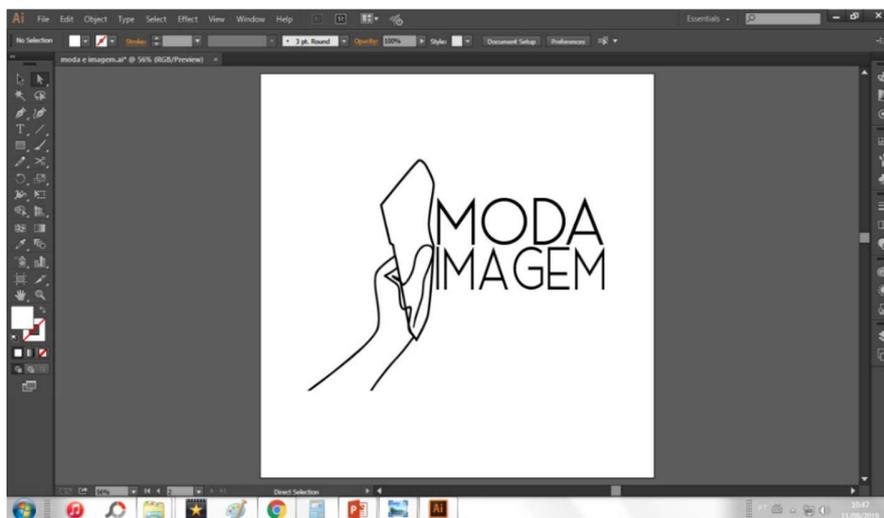
As ações do projeto foram realizadas em etapas, com foco no planejamento e voltadas à colaboração. Na fase do Planejamento (Plan), as peças foram idealizadas seguindo o Plano de Ação que previa a necessidade cronológica da criação das peças gráficas. Na execução (Do), criei as peças utilizando os softwares. Na Verificação (Check), consultei durante a produção os membros do projeto. E assim, Concluindo ou Ajustando (Act/Adjust) as peças. Durante toda a execução do Projeto Gráfico pude

realizar várias entregas que foram utilizadas e permitiram com que as expectativas dos produtores fossem atendidas no decorrer do projeto.

A primeira necessidade do plano de ação foi o redesign da marca, que nas edições anteriores era representada pela junção da tipografia com o ícone do espelho, formando assim um isologo.

Inicialmente pretendia seguir a mesma composição e alguns esboços foram realizados.

Figuras 1,2 e 3 – Esboço do logo





Fonte: produção autoral

A representação tem inspiração no design orgânico, valorizando as formas assimétricas, volume e movimento. Além do uso de uma mão, como a representação da auto-observação através do espelho. O intuito foi humanizar a marca, visando uma comunicação próxima do público.

Em seguida, formulei outra proposta para o redesign. Para isso, defini a categoria tipográfica sem serifa, que não contém traços nas suas extremidades. Suas linhas uniformes são opticamente ajustadas nas suas ligações, sendo legíveis a pequenos tamanhos e belas e limpas nos tamanhos grandes.

Figura 4 - Fonte Ace Sans

A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	
A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	
Ø	1	2	3	4	5	6	7	8
9	.	,	;	:	\$	#	'	!
"	/	?	%	&	()	@	

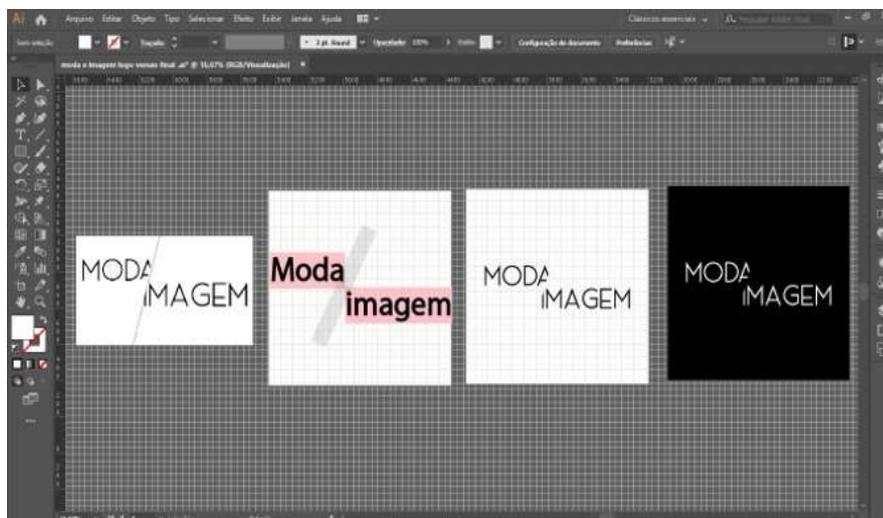
Fonte: site Dafont¹

A fonte que selecionei foi a Ace Sans, que com a aplicação do recurso corte cruzado, pude atribuir o simbolismo do reflexo do espelho, alterando sua forma original para uma execução autêntica, através apenas do uso do texto, criando uma representação simples da marca.

Para a construção técnica de um conjunto harmônico de elementos, é necessário o uso do grid, estrutura que se pode observar na prancha de edição do software Adobe Illustrator, conforme imagem acima. Essa ferramenta é formada por linhas na vertical e horizontal, que oferecem uma estrutura de harmonização visual, auxiliando na ordenação, distribuição, alinhamento e dimensão dos elementos gráficos.

¹ Disponível em: <<https://www.dafont.com/ace-sans.font>> Acesso em 12 de abr. 2021.

Figura 5 - Prancha de edição Adobe Illustrator



Fonte: produção autoral

Com o redesign da marca concluído, dei início à criação do *layout* da apresentação do evento. Esse documento foi criado para a apresentação visual do *release* do evento, que, conseqüentemente, gerou uma segunda apresentação, o projeto de cota de patrocínios para captação de recurso. Para a segurança do uso dessa apresentação, foi vinculado um cartão de identificação digital dos produtores, encarregados de levantarem e mobilizarem os recursos necessários.

O cartão era interativo, continha nome, os dados do WhatsApp e as contas do Instagram pessoal e do projeto. Bastava tocar nas informações do cartão que ele direcionava para os respectivos links. Na foto para identificação havia uma borda, que foi desenvolvida para ser aplicada também no Instagram. A personalização da borda serviu como uma ferramenta de integração da identidade visual, conectando a conta do projeto, a dos produtores e, posteriormente, a dos convidados. Essa estratégia serviu para causar uma associação sutil com a marca do evento nesta edição.

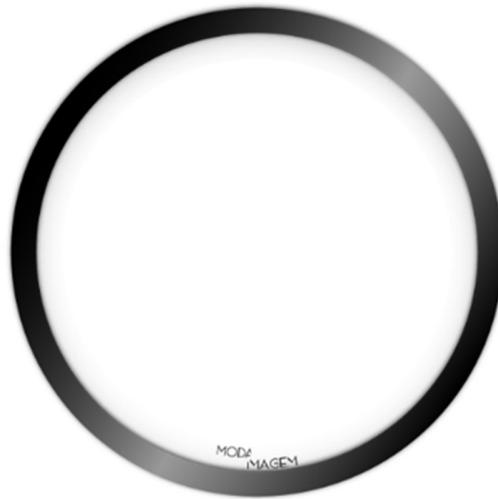
Figura 6 - Cartão de identificação digital



Fonte: produção autoral

O círculo é formado por diferentes camadas, com cores, brilho, sombras e o meio vazado. Sua aplicação causa na foto um efeito 3D, em razão da construção em diferentes camadas. No segundo modelo, havia em sua parte interna inferior o logo do evento, sendo esse o modelo distribuído entre os produtores e convidados.

Figura 7 - Borda para Instagram



Fonte: produção autoral

Assim, o logo e a borda foram agrupados para a aplicação na foto do perfil do projeto no Instagram, dando início à adaptação dos atributos da conta para o evento.

Figura 8 - Logo e borda para avatar perfil Instagram



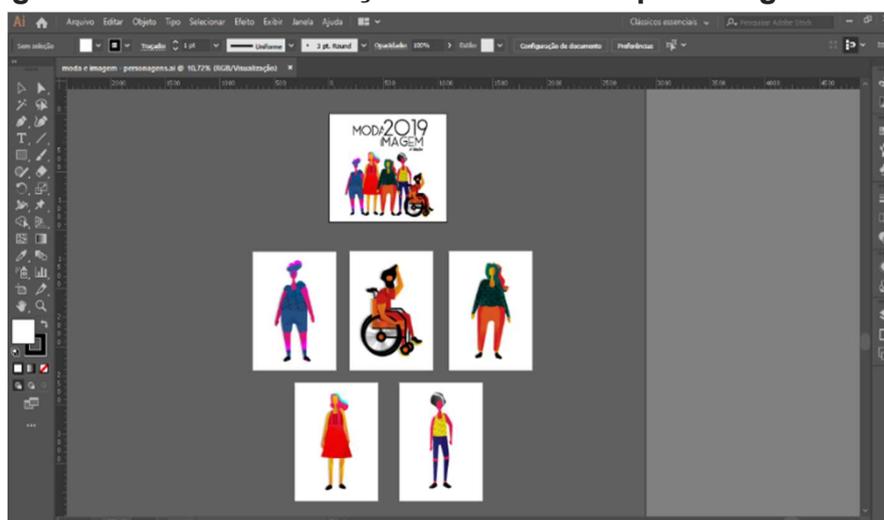
Fonte: produção autoral

As peças gráficas criadas até essa etapa seguem o padrão de identidade da marca do evento que são representadas principalmente pelas cores preto e branco. Essa combinação clássica na moda é considerada um elemento fundamental, enquanto na comunicação se mantém como cores básicas.

A principal inspiração para o projeto de identidade visual da 4ª edição do Moda e Imagem surgiu no próprio local de realização do evento. Pela primeira vez o evento iria acontecer dentro da escola, no prédio que sedia o curso Técnico de Produção de Moda, que havia sido recém-reformado e teve sua acessibilidade ampliada, facilitando a locomoção de pessoas com deficiência, que ao invés de utilizarem as escadas, após a reforma, puderam se locomover através de elevadores e rampas.

Foi a partir da nova acessibilidade do prédio, que tive a inspiração de abordar os temas: diversidade na moda e sustentabilidade. Nesse intuito, illustrei um grupo de 5 personagens com particularidades que pudessem gerar representatividade e inclusão. Durante a criação dos personagens, busquei humanizar cada um, dando algumas características: nome, idade, signo e paixão. Assim, além de valorizar aspectos sociais, pude conectar a imagem individual com a mensagem que seria representada por eles. Os 5 personagens são: Robert, Fernando, Perséfone, Neiva e Dudu.

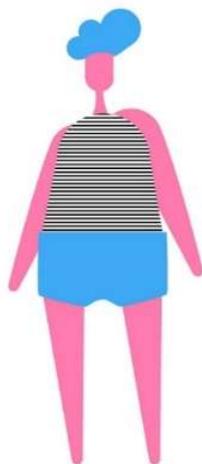
Figura 9 - Prancha de edição ilustrador com personagens e imagotipo



Fonte: produção autoral

O primeiro personagem criado foi o Robert. Antes de digitalizar, fiz alguns esboços no papel para então vetorizar, utilizando como base formas geométricas no programa Adobe Illustrator.

Figuras 10 - Esboço vetorizado



Fonte: produção autoral

No início, as ilustrações seriam simples, utilizando técnicas de flatdesign, porém, ao vetorizar percebi que trabalhar com algumas camadas de sombra e a ferramenta degradê, tornariam um efeito visual em 3D e assim, um design contemporâneo, característico do flatdesign 2.0.

Figuras 11, 12, 13, 14 e 15 – Personagens





Fonte: produção autoral

Finalizado os personagens, fiz a combinação das ilustrações e texto, criando o imagotipo. Essa combinação consegue manter a identidade, mesmo se for utilizado apenas o símbolo (grupo de personagens) ou a fonte (nome do evento, ano e edição).

Figura 16 – Combinação das Ilustrações



Fonte: produção autoral

Figura 17 – Texto

MODA 2019
IMAGEM
4ª EDIÇÃO

Fonte: produção autoral

Figuras 18 - Imagotipo



Fonte: produção autoral

Sendo assim, após concluído o projeto de identidade visual, fui capaz de produzir o cronograma de mídias sociais para o Instagram e o projeto gráfico contendo todas as peças com descrição de mídias digitais e físicas. O trabalho envolveu a criação de cards, stories, mídia kit para os convidados, edição de vídeo, papelaria, brindes, identificação pessoal (convidados e organizadores) e sinalização do prédio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente relatório teve como objetivo apresentar as etapas percorridas ao longo do planejamento gráfico das peças de comunicação do evento Moda e Imagem, bem como o processo criativo, as ferramentas utilizadas e as peças gráficas produzidas, no intuito de detalhar esse processo sob a ótica dos fundamentos de comunicação e design.

Na quarta edição do evento, em 2019, como aluno e membro do Projeto de extensão Moda e Comunicação, participei da organização, compondo a equipe de comunicação, sendo encarregado pela elaboração das peças gráficas.

Para a elaboração da identidade visual, primeiramente, foi analisado o conteúdo produzido nas edições anteriores do evento, para posteriormente realizar, junto com os organizadores, briefing e brainstorming, gerando assim, plano de ação, cronograma para mídias sociais e o projeto gráfico.

No que se refere ao planejamento comunicacional, o profissional de relações públicas possui qualidades estratégicas para, junto com as demais subáreas da comunicação, obter melhores resultados. Para o desempenho dessas atividades, foi fundamental o perfil multifacetado e polivalente, qualidades amadurecidas durante a graduação e a busca extracurricular de conhecimento na área de design gráfico. Foram essas capacidades que tornaram possíveis a criação e execução desse planejamento gráfico.

Os temas diversidade na moda, inclusão e sustentabilidade foram inspiração para a criação do conceito expressada nas características dos personagens. Essa representação serve para humanizar a identidade mediando o relacionamento entre o evento e seus diferentes públicos, atendendo assim não apenas às demandas gráficas, como também trazendo visibilidade para causas sociais, visto que a atuação do relações públicas busca conectar as instituições com a sociedade, considerando as necessidades de ambos para que exista benefício mútuo.

REFERÊNCIAS

CARDOSO, Rafael. **Uma Introdução a História do Design**. 3ª edição. São Paulo: Blucher, 2008.

CORREIA, Vanda. **O Design de Comunicação da Era Digital**. Disponível em <<http://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/2078/1/O%20design%20de%20comunica%c3%a7%c3%a3o....pdf>>. Acesso em: 20 de abr. 2021.

FISKE, John. **Introdução ao estudo da comunicação**. 4ª edição. Porto: ASA, 1998.

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual**. 4ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

MOURA, Mônica. **Faces do Design**. 1ª edição. São Paulo: Rosari, 2003.

ROSSI, Carolina. **O papel da identidade visual e do design na comunicação com empregados**. Disponível em <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/07/25-Carolina-Silva-Rossi.pdf>> Acesso em: 07 de mar. 2021.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

STEVÃO, Sara. **Design, Comunicação e Modelação do Mundo: Um estudo da condição do design de comunicação a partir do pensamento de Vilém Flusser**. 2016. 270 f. Tese (Doutoramento em Belas-Artes) – Faculdade de Belas-Artes, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2016.

_____. **Designer de Comunicação: o que é e para que serve?**. Disponível em <https://issuu.com/mestrado_2012_fautl/docs/graphicdesign-fautl>. Acesso em: 20 de mar. 2021.

_____. **Manifesto para desenvolvimento de ágil de softwares**. Disponível em <<http://agilemanifesto.org/iso/ptbr/manifesto.html>> Acesso em: 20 de mar. 2021.

GLOSSÁRIO

Adobe Illustrator: software utilizado por designers gráficos que auxilia na criação de logos, fontes, editoriais e ilustrações, cuja a principal função é trabalhar ilustrações vetoriais.

Briefing: documento que reúne informações ou coleta de dados passados em uma reunião para o desenvolvimento de um trabalho.

Brainstorm: reunião em grupo para debater sobre soluções a um problema gerando assim uma tempestade de ideias.

Cards: peça gráfica digital, cujo formato apresentado é geralmente retangular, que contém informações de rápida compreensão.

Esboço: modelação inicial com traços iniciais de uma obra.

Flat design: sua principal característica é a simplificação dos elementos gráficos, carregando apenas o necessário para expor as funcionalidades e o conteúdo indispensáveis à boa comunicação. Utiliza de formas planas, sem sombreado e fontes enxutas, que utiliza em sua composição formas retangulares, redondas, triangulares e quadradas. Dessa forma, gera uma imagem com características planas.

Flat design 2.0: mantém como base os pressupostos de simplificação do Flat Design, porém, não é completamente plano. São utilizadas camadas e ferramentas que resultam em uma aparência com aspectos 3D, de sombra, luz e degrade dentre outras.

Grid: ferramenta formada por linhas na vertical e horizontal, que oferecem uma estrutura de harmonização visual, auxiliando na ordenação, distribuição, alinhamento e dimensão dos elementos gráficos.

Isologo: quando a imagem (símbolo ou ícone) e o texto são agrupados, formando um único elemento.

Layout: está relacionado com a disposição de elementos de texto e imagem em um design.

Mídia digital: projeto ou programação visual em meios digitais.

Mídia kit: documento para apresentação e divulgação de informações importantes. Nesse evento foi composto por uma coleção de arquivos direcionados aos convidados: Apresentação do evento, template de apresentação dos palestrantes, borda para uso no Instagram e Logos.

NCH Video Pad: software de edição de vídeo.

Power Point: software para criação, edição e exibição de apresentações gráficas,

Redesign: recriação de uma marca.

Template: instrumento utilizado que contém um tema ou identidade, com o objetivo de padronizar um modelo de documento.

Tipografia: criação e aplicação dos caracteres, estilos, formatos e arranjos visuais das palavras.

Vetorizar: técnica que torna possível transformar uma imagem em curvas, linhas e pontos, viabilizando a modificação de seus elementos, possibilitando assim editar, rotacionar, mover, recolorir, entre outras mudanças.

APÊNDICE

APÊNDICE A – BRIEFING

Planejamento Gráfico

Tipo: evento

Nome do evento: Moda e Imagem **Responsável pela org.:** Elizete Lili Menezes (coordenadora do curso de Produção de Moda- ETA/UFAL)

E-mail: _____ **Telefone:** _____

Edição: 4ª **Ano:** 2019

Breve Histórico: O evento “Moda e Imagem” visa discutir e praticar ações relativas à produção de imagens de Moda por meio de workshops, palestras e mesas-redondas constituídas por profissionais externos de destaque nacional, docentes e discentes da ETA. A 4ª edição do “Moda e Imagem” foi selecionada para participar da 9ª Bienal Internacional do Livro de Alagoas, organizada pela Universidade Federal de Alagoas, cujo tema é “Livro Aberto - Leitura, Liberdade e Autonomia”. Composta por profissionais que circulam no mercado profissional e no meio acadêmico, trará nomes como Yakini Rodrigues, Graduada em Desenho de Moda pela Faculdade Paulista de Artes (FPA) e especializada no segmento de moda que transita entre o styling e produções de moda, através do trabalho de relações públicas (RP); Dudu Prates, mestre em Moda, Cultura e Arte pelo Centro Universitário SENAC/SP, que atualmente trabalha no MUMO, Museu da Moda em Belo Horizonte/MG; Adenise Ribeiro advogada atuante há 20 anos no mercado com ênfase na área empresarial e atualmente presidente da Comissão do Direito da Moda da OAB/AL; Gabriel Moreira, fotógrafo e fundador da Escola Criativa. Também farão parte dessa edição uma feira de produtos de marcas de alunos e ex-alunos do curso de Produção de Moda e os desfiles do Projeto Balsa e da marca Derravera.

Produtores: Ana Elena Paz, Anderson Sitineta, Carol Carvalho, Eagly, Jardeane Lopes, Larissa Estevão, Luana Zaidan, Manu Cabral, Manoel Afazelo, Monic Gouveia, Ingrid Farias, Raianny Yulle, Thaís Pitanga, Yasmim Policarpo e Wilson Belarmino.

Obs.: identificação dos organizadores de forma que estará no crachá e cartão digital.

Onde será realizado: Escola Técnica de Artes - Edifício Zélia Maia Nobre, Pça. Sinimbu, 206 - Centro, Maceió - AL, 57020-590

Quando será realizado: 08 e 09 de novembro de 2019.

Horário: a partir das 9h.

Formato da inscrição: Inscrições grátis no local.

Há tema definido: _____

Qual o título: _____

Perfil do público alvo (sexo, faixa etária, escolaridade, nível socioeconômico, grau hierárquico, cidade de origem): estudantes e profissionais da área de moda e áreas afins, tais quais design, artes, marketing, publicidade, jornalismo, fotografia, dentre outros.

Estimativa de participantes efetivos: comportar até 400 pessoas nos dois dias de realização.

Quais atividades farão parte do evento: O evento será composto por workshops, palestras, mesas-redondas, pintura ao vivo de painel, exibição de dois editoriais exclusivos para o evento, desfiles e feirinha composta exclusivamente por alunos e ex-alunos do curso.

Há convidados especiais: (X) Sim () Não **Quantos são:** _____

Perfil desses convidados: docentes e profissionais atuantes nas áreas de moda.

Que serviços serão oferecidos a esses convidados especiais: alimentação, bebida, crachá, brinde e caso haja a necessidade buscar no aeroporto para levar até o hotel que fica hospedado.

Quais os meios de divulgação utilizados: O Instagram do projeto (@modaetaufal) é o principal veículo. O aplicativo WhatsApp para contato dos organizadores e também captação de patrocínio. Será criado release do evento para sites e jornais locais. E a utilização do e-mail para envio de arquivos e documentos.

Obs.: salvar arquivos criado em nuvem, para segurança e maior agilidade no uso entre os produtores.

Serão utilizadas mídias impressas: para divulgação, programação, brindes, identificação.

Obs.: necessário está dentro do orçamento que será disponibilizado. Há possibilidade de parceria.

Infraestrutura

O prédio conta com algum tipo de acessibilidade: (X) Sim () Não

Quais: Sim, para cadeirantes. Elevadores e rampas de acesso garantindo a circulação em todo prédio.

O estacionamento estará disponível para o público: () Sim (X) Não

obs.: possibilidade de implantação de uma área para Food Trucks nele.

Serviços Utilizados

Equipamentos audiovisuais

Film Maker: () Sim (X) Não **Duração Média:** -----

Fotógrafo: (X) Sim () Não **Duração Média:** durante a realização dos dois dias do evento.

Serviço de Sonorização: (X) Sim () Não

(X) **Caixa de Som** (X) **Microfone**

Obs.: disponibilizados pela ETA/UFAL.

Serviços de alimentos e bebidas

Alimentos e Bebidas: (X) Sim () Não

(X) **Coquetel** () **Coffee-break** (X) **Almoço** (X) **Café da Manhã** () **Jantar**

Serviço de Decoração

Decoração: (X) Sim () Não

(X) **Mobiliária** (X) **Floral** (X) **Lycra/luz** (X) **Balões**()

Serviços de Recepção

Quantas pessoas necessárias: 8 pessoas, sendo 4 fixas e 4 internerantes.

Quais suas funções/posições: Entrada do evento para inscrição dos participante e condução até as salas.

Serviços de Design de Comunicação

Criação de Logo: () Sim () Não (X) **Redesign:** (X) Sim () Não ()

Papelaria () **Publicidade** () **Flyer** () **Mídias sociais** () **Vídeos** (

) **Apresentações** () **Identificação** () **Sinalizações** () **Ornamentações** (

) **Brindes** ()

APÊNDICE B - BRAINSTORM

Relatório de reunião

Será necessário fazer o **redesign da marca**. Usar como base o logo da edição feita em 2018.

- Uso do ícone espelho e o nome do evento.

(insight) para logo utilizar uma tipografia Sem Serifa padrão. Utilizar do recurso corte cruzado.

(insight) Para esta edição utilizarei o espelho com um design de estilo orgânico.

Apresentação do evento deve ser criada a partir do release (documento disponibilizado pelos organizadores do evento em edições anteriores a esta) e adaptada para documento no formato de Power Point (PP) de apresentação que será distribuído por WhatsApp.

- Apresentação deve conter: descrição do evento, histórico das edições, público, atividades, como será esta edição e o formato das cotas (valores e contrapartida do evento);

Para captação de recursos será necessária uma apresentação. Documento no formato PP de apresentação que será distribuído por WhatsApp. **Projeto de patrocínio:**

- A “apresentação do evento” será utilizada como base para a elaboração desse documento;
- Criação de cartão de visitas digital para os produtores do evento. Será necessária lista com e-mail, telefone e link para Instagram de cada um.

Para **identidade visual** da edição deste ano alguns aspectos devem ser considerados:

- Relevância de abordar temas como a diversidade e inclusão na moda, unindo esses conceitos com a nova acessibilidade na infraestrutura do prédio.
- Manter o uso de PeB.

O Instagram do projeto @modaetaufal será o principal meio de comunicação do evento e será criado um **Cronograma de Mídias Sociais** para gerenciamento do conteúdo para divulgação até o dia do evento.

- Criar borda para ser utilizada pelos convidados e produtores;
- Divulgação das atividades e apresentação pessoal dos convidados.

E por último a criação do **Projeto Gráfico** contendo o planejamento das peças de: divulgação, programação, brindes, identificação e diversos. Divida em mídias online e off-line.

APÊNDICE C - PLANO DE AÇÃO

Cronograma para criação das peças gráficas

Este plano segue as etapas em ordem cronológica de necessidade. Realizado após brainstorm com o grupo de produtores do evento.

ORDEM	PEÇAS GRÁFICAS	SOFTWARE/ FERRAMENTAS	OBSERVAÇÕES
1	Redesign da marca	Adobe Illustrator	Estará presente desde o primeiro documento.
2	Apresentação do evento	Power Point (PP). Finalizar e distribuir em PDF (para não perder a diagramação).	Transformar o release em um arquivo de apresentação.
3	Projeto de cota de patrocínio		Usar como base “apresentação do evento”. Incluir contrapartida descrita e valores. Para facilitar a compreensão do contratante terá uma tabela comparativa no final.
4	Cartão de visitas digital	Adobe Illustrator e PP. Finalizar e distribuir em PDF. Utilizar o site PDF Scape	Layout deve ser feito para ser utilizado por WhatsApp e por isso deve conter os dados clicáveis. Sendo necessário: nome, telefone, e-mail e Instagram do projeto (@modaetaufal).
5	Projeto de identidade visual	Adobe Illustrator.	
6	Cronograma mídias sociais para Instagram	PP	
7	Projeto Gráfico	Adobe Illustrator e PP. Finalizar e distribuir em JPEG, PNG e PDF.	Contendo todas as peças com descrição de mídias online e offline.

APÊNDICE D - PLANO DE COMUNICAÇÃO

Objetivo:

Captar 400 pessoas nos dois dias de evento.

Ações:

Release - para sites, blogs e jornais locais (impresso e TV).

Publicidade Online - concentrado o maior número de captação. Deverá ser criado um cronograma de mídias sociais.

Publicidade Offline - distribuição dos materiais em Shoppings, instituições de ensino e centro da cidade. Formato impresso disposto da seguinte forma:

- Cartaz A3 de Divulgação e Programação: Universidade Federal de Alagoas – Campus AC. Simões, Escola Técnica de Artes- UFAL, Unit, Cesmac. Maurício de Nassau (Ponta Verde e Farol), Senac (Poço e Farol) e Senai (Poço);
- Flyer: Shopping Farol, Maceió Shopping, Pátio Shopping e Parque Shopping;
- Cartaz A2: Centro.

APÊNDICE E - MANUAL DA MARCA E PROJETO GRÁFICO



MANUAL DA MARCA

MODA 2019
IMAGEM

4ª EDIÇÃO

As orientações contidas neste Manual da Marca devem ser utilizadas como fonte de consulta para aplicação e reprodução adequada da marca.

IDENTIDADE VISUAL

Paleta de cores

Tipologia

LOGOTIPO

Versões de Cores

Área de Proteção

Redução

ILUSTRAÇÃO

Apresentação dos personagens

IMAGOTIPO

Versões de Cores

Redução

USO DAS MARCAS

APLICAÇÕES

**PLANEJAMENTO GRÁFICO DAS PEÇAS DE
COMUNICAÇÃO PARA 4ª EDIÇÃO DO EVENTO
MODA E IMAGEM**

PALETA DE CORES

As cores a seguir fazem parte da paleta definida para esta identidade visual.



Branco

RGB: 255, 255, 255
CMYK: 0, 0, 0, 0
HEX: #ffffff



Preto

RGB: 0, 0, 0
CMYK: 0, 0, 0, 100
HEX: #000000



TIPOLOGIA

A fonte selecionada foi a Ace Sans, da categoria tipográfica sem serifa.

Suas linhas uniformes são opticamente ajustadas nas suas ligações, sendo legíveis a pequenos tamanhos e limpas quando em tamanhos grandes.

ACE SANS
ACE SANS
ACE SANS
ACE SANS

ABCDEF...123456789

ABCDEF...123456789

ABCDEF...123456789

ABCDEF...123456789

ABCDEF...123456789

ABCDEF...123456789

ABCDEF...123456789

LOGOTIPO

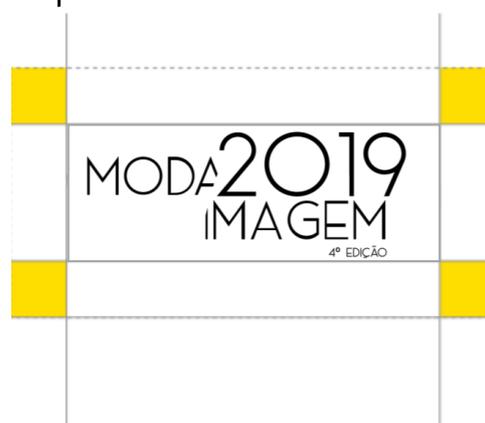
VERSÕES DE CORES

As duas versões devem ser utilizadas considerando-se sua área de proteção.



ÁREA DE PROTEÇÃO

Esta área deve ser respeitada quando a marca for utilizada.



REDUÇÃO

O tamanho mínimo de redução deve ser seguido a fim de criar uma marca legível.



ILUSTRAÇÃO

APRESENTAÇÃO DOS PERSONAGENS

A nova acessibilidade do prédio serviu de inspiração para abordar os temas: diversidade na moda e sustentabilidade. Nesse intuito, illustrei um grupo de 5 personagens com particularidades que pudessem gerar representatividade e inclusão.

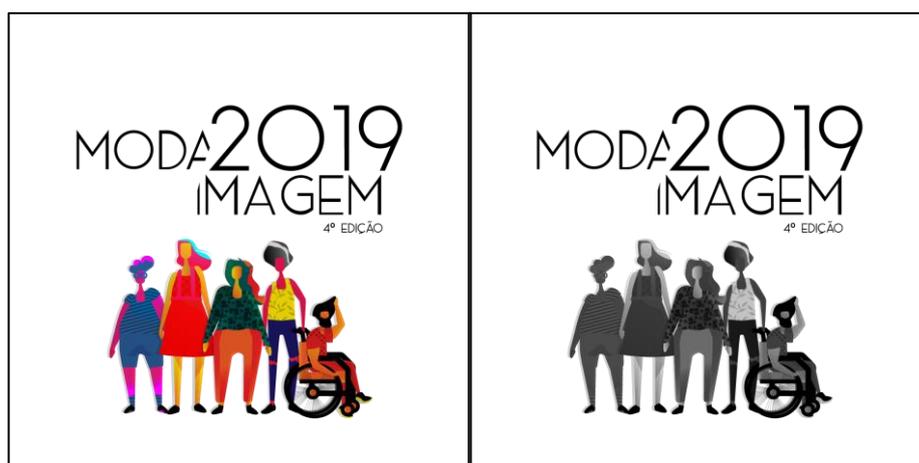


Os 5 personagens são: Robert, Neiva, Perséfone, Dudu e Fernando.

IMAGOTIPO

VERSÕES DE CORES

Devem ser utilizadas, em suas versões de cores considerando sua área de proteção.



REDUÇÃO

O tamanho mínimo de redução deve ser seguido a fim de criar uma marca legível.



USO DAS MARCAS

As marcas podem ser utilizadas das seguintes maneiras.

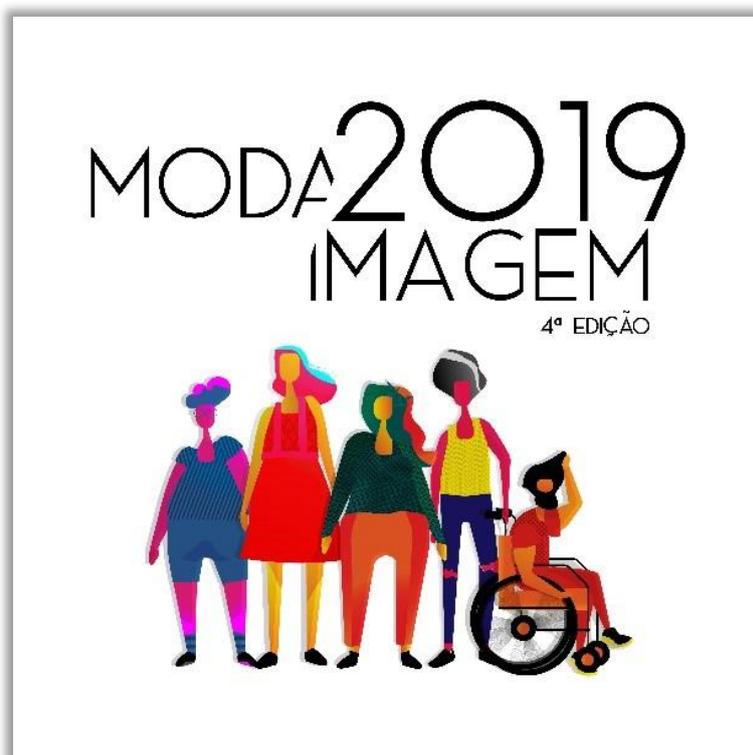
LOGOTIPO



ILUSTRAÇÃO



IMAGOTIPO



APLICAÇÕES

MODA 2019 IMAGEM
4ª EDIÇÃO

UMA REALIZAÇÃO DO PROJETO "MODA E COMUNICAÇÃO" DO CURSO DE PRODUÇÃO DE MODA DA ESCOLA TÉCNICA DE ARTES (ETA) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL), COORDENADO PELA PROF. DRA. ELIZETE LILI MENEZES.

08 E 09 DE NOVEMBRO
ESCOLA TÉCNICA DE ARTES
PRAÇA SIMBÃO, Nº 206 CENTRO
EVENTO ABERTO AO PÚBLICO

08 DE NOVEMBRO

- 08:45H ABERTURA
- 09:00H WORKSHOP: MAQUIAGEM BEACH WEAR COM ALEX CENDUEIRA
- 09:00H WORKSHOP: CUSTOMIZAÇÃO COM DIOGO MARDUES
- 09:00H WORKSHOP: TÉCNICAS DE ILUSTRAÇÃO DE MODA COM AQUARELA COM POLYDORA ESTEIL
- 09:00H WORKSHOP: TÉCNICAS DE ILUSTRAÇÃO DE MODA NAS CLASSES POPULARES COM NICO FERREZ
- 13:30H PALESTRA: ESTILOS DE VIDA E CONSUMO DE MODA COM MONIKA
- 13:30H PALESTRA: FOTOGRAFIA DE MODA GABRIEL COM MONIKA
- 13:30H PALESTRA: POSICIONAMENTO PARA MARCAS DE MODA - CONQUISTANDO SEU ESPAÇO E COMUNICANDO PROPÓSITOS COM KAMILA AUGUSTO
- 14:45H MESA REDONDA: AS ETAPAS PARA UMA PRODUÇÃO DE MODA COM JARDE LOPES, CARLA INDI, CRISTY SANTOS, LARISSA LINS E MARCO NORTA
- 16:15H MESA REDONDA: O MERCADO DE MODA DIGITAL COM MARINI CARVALHO, CATARINA CARVALHO, CARMEN REJANE E BERNARDO ARAUJO
- 17:45H EXPOSIÇÃO DE MANEQUINS VIVOS

09 DE NOVEMBRO

- 09:00H WORKSHOP: MODA PARA PEQUENOS COM LARISSA LINS
- 09:00H WORKSHOP: MOULAGE COM ANDREA ALMEIDA
- 09:00H WORKSHOP: TÉCNICAS DE ILUSTRAÇÃO DE MODA COM LÁPIS DE COR COM RICARDO ANTONIO
- 13:00H PALESTRA: A IMPORTÂNCIA DA ASSESSORIA DE IMPRENSA E RELAÇÕES NO SEGMENTO DE MODA E VARIEDADES EM TEMPOS DE MÍDIA DIGITAL COM YANHO RODRIGUES
- 13:00H PALESTRA: MODA NO MUSEU - PERCURSOS E QUESTIONAMENTOS COM DIOGO PRATES
- 13:00H PALESTRA: MODA E SUA MARCA COM ISABELLA ALVES
- 14:15H MESA REDONDA: VOCÊ E SUA MARCA COM ANA CAROLINA CARVALHO, ALDA CORREIA, CLEO PONTIFERO, DIEGO MARDUES E MICHAELLE SANTOS
- 14:15H MESA REDONDA: ECOMODÁ COM ANA CAROLINA CARVALHO, ALDA CORREIA, CLEO PONTIFERO, DIEGO MARDUES, MICHAELLE SANTOS, HELA FERREIRA CARANÁ E MARCEL APARELDO
- 16:15H MESA REDONDA: DA PRODUÇÃO AO CONSUMO: PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NA MODA COM CAROL CARVALHO, AGENESE RIBEIRO, ALINE RUIZ, ELISCA MONTALVÃO E LAVINE TEIXEIRA
- 16:15H MESA REDONDA: DIREITO E PROPRIEDADE INTELECTUAL NA MODA COM CAROL CARVALHO, AGENESE RIBEIRO, ALINE RUIZ, ELISCA MONTALVÃO E LAVINE TEIXEIRA
- 17:45H ENCERRAMENTO DO EVENTO COM REFRESQUES DE MODA: PROJETO Balsa e Derraveira

NOS DOIS DIAS DE EVENTO HAVERÁ UMA FEIRA DE PRODUTOS DE MODA DE MARCAS LOCAIS

AS VAGAS SÃO LIMITADAS. AS INSCRIÇÕES SÃO GRATUITAS E SERÃO FEITAS NO LOCAL, 20 MINUTOS ANTES DE CADA ATIVIDADE. EXCETO O WORKSHOP MODA PARA PEQUENOS.

PARA MAIS INFORMAÇÕES

Instagram: @moda2019ufal

Facebook: moda2019ufal

Twitter: moda2019ufal

LinkedIn: moda2019ufal

YouTube: moda2019ufal

WhatsApp: moda2019ufal

STTA - SECRETARIA DE TENDÊNCIAS E TENDÊNCIAS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

ESCOLA TÉCNICA DE ARTES

APLICAÇÕES

MODA 2019 IMAGEM

4ª EDIÇÃO

PROJETO "MODA E COMUNICAÇÃO" DO CURSO DE PRODUÇÃO DE MODA DA ESCOLA TÉCNICA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS, COORDENADO PELA PROFA. DRA. ELIZETE LILI MENEZES.

08 E 09 DE NOVEMBRO

ESCOLA TÉCNICA DE ARTES
PRAÇA SINIMBU, N° 206, CENTRO
EVENTO ABERTO AO PÚBLICO



PARA MAIS INFORMAÇÕES
@moda2019ufal

MODA 2019 IMAGEM

4ª EDIÇÃO



MODA 2019 IMAGEM



08 DE NOVEMBRO

8:45H ABERTURA
9:00H WORKSHOP: MAQUIAGEM BEACH WEAR COM ALEX CERBEIRA
9:00H WORKSHOP: CUSTOMIZAÇÃO COM GUILLO MARQUES
9:00H WORKSHOP: TÉCNICAS DE ILUSTRAÇÃO DE MODA COM AQUARELA COM POLLYNARA FIORELO
13:30H PALESTRA: ESTILOS DE VIDA E CONSUMO DE MODA NAS CLASSES POPULARES COM MODO FARIAS
13:30H PALESTRA: FOTOGRAFIA DE MODA GABRIEL COM ROSEIRA
13:30H PALESTRA: POSICIONAMENTO PARA MARCAS DE MODA - CONQUISTANDO SEU ESPAÇO E COMUNICANDO PROPOSTAS COM ANA ELAENA PAZ, ANNE COSTA, JÚLIA FERREIRA
14:45H MESA REDONDA: AS ETAPAS PARA UMA PRODUÇÃO DE MODA COM CAROL CARVALHO, ADRIANE RIBEIRO, ALINE RUIZ, ELISABETH MONTALVA
16:15H MESA REDONDA: O MERCADO DE MODA DIGITAL COM HANNO CARVALHO, CATHARINA CANALES, CARMEN REJANE E DEBORAH ARAÚJO
17:45H EXPOSIÇÃO DE MANEQUINS VIVOS

09 DE NOVEMBRO

9:00H WORKSHOP: MODA PARA PEQUENOS COM LARISSA LINS
9:00H WORKSHOP: MOULAGE COM ANDRÉA ALMEIDA
9:00H WORKSHOP: TÉCNICAS DE ILUSTRAÇÃO DE MODA COM LÁPIS DE CÔR COM RICARDO ANTONIO
13:00H PALESTRA: A IMPORTÂNCIA DA ASSESSORIA DE IMPRENSA E RELAÇÕES NO SEGMENTO DE MODA E VARIEDADES EM TEMPOS DE MÍDIA DIGITAL COM YAKINI RODRIGUES
13:00H PALESTRA: MODA NO MUSEU - PERCURSOS E QUESTIONAMENTOS COM DIBUI PRATES
13:00H PALESTRA: VOCÊ É SUA MARCA COM GABRIELA ALVES
14:15H MESA REDONDA: EDDA MODA COM ANA CAROLINA CARVALHO, ALÍDIA GOMES, CLEO PONTIFÉ, GUILLO MARQUES E MICHAEL SANTOS
16:15H MESA REDONDA: DA PRODUÇÃO AO CONSUMO: PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NA MODA COM ANA ELAENA PAZ, ANNE COSTA, JÚLIA FERREIRA
16:15H MESA REDONDA: DIREITO E PROPRIEDADE INTELECTUAL NA MODA COM CAROL CARVALHO, ADRIANE RIBEIRO, ALINE RUIZ, ELISABETH MONTALVA
17:45H ENCERRAMENTO DO EVENTO COM DESFILES DE MODA: PROJETO BALSA E DERRAVERA
NOS DOIS DIAS DE EVENTO HAVERÁ UMA FEIRA DE PRODUTOS DE MODA DE MARCAS LOCAIS
AS VAGAS SÃO LIMITADAS. AS INSCRIÇÕES SÃO GRATUITAS E SERÃO FEITAS NO LOCAL, 20 MINUTOS ANTES DE CADA ATIVIDADE, EXCETO O WORKSHOP MODA PARA PEQUENOS.

PARA MAIS INFORMAÇÕES
@moda2019ufal

MODA 2019 IMAGEM

4ª EDIÇÃO

PROJETO "MODA E COMUNICAÇÃO" DO CURSO DE PRODUÇÃO DE MODA DA ESCOLA TÉCNICA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS, COORDENADO PELA PROFA. DRA. ELIZETE LILI MENEZES.

08 E 09 DE NOVEMBRO

ESCOLA TÉCNICA DE ARTES
PRAÇA SINIMBU, N° 206, CENTRO
EVENTO ABERTO AO PÚBLICO



PARA MAIS INFORMAÇÕES
@moda2019ufal

MODA 2019 IMAGEM

4ª EDIÇÃO



MODA 2019 IMAGEM

4ª EDIÇÃO



UMA REALIZAÇÃO DO PROJETO "MODA E COMUNICAÇÃO" DO CURSO DE PRODUÇÃO DE MODA DA ESCOLA TÉCNICA DE ARTES (ETA) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS, COORDENADO PELA PROFA. DRA. ELIZETE LILI MENEZES.

08 E 09 DE NOVEMBRO

ESCOLA TÉCNICA DE ARTES
PRAÇA SINIMBU, N° 206, CENTRO
EVENTO ABERTO AO PÚBLICO

08 DE NOVEMBRO

8:45H ABERTURA
9:00H WORKSHOP: MAQUIAGEM BEACH WEAR COM ALEX CERBEIRA
9:00H WORKSHOP: CUSTOMIZAÇÃO COM GUILLO MARQUES
9:00H WORKSHOP: TÉCNICAS DE ILUSTRAÇÃO DE MODA COM AQUARELA COM POLLYNARA FIORELO
13:30H PALESTRA: ESTILOS DE VIDA E CONSUMO DE MODA NAS CLASSES POPULARES COM MODO FARIAS
13:30H PALESTRA: FOTOGRAFIA DE MODA GABRIEL COM ROSEIRA
13:30H PALESTRA: POSICIONAMENTO PARA MARCAS DE MODA - CONQUISTANDO SEU ESPAÇO E COMUNICANDO PROPOSTAS COM ANA ELAENA PAZ, ANNE COSTA, JÚLIA FERREIRA
14:45H MESA REDONDA: AS ETAPAS PARA UMA PRODUÇÃO DE MODA COM CAROL CARVALHO, ADRIANE RIBEIRO, ALINE RUIZ, ELISABETH MONTALVA
16:15H MESA REDONDA: O MERCADO DE MODA DIGITAL COM HANNO CARVALHO, CATHARINA CANALES, CARMEN REJANE E DEBORAH ARAÚJO
17:45H EXPOSIÇÃO DE MANEQUINS VIVOS

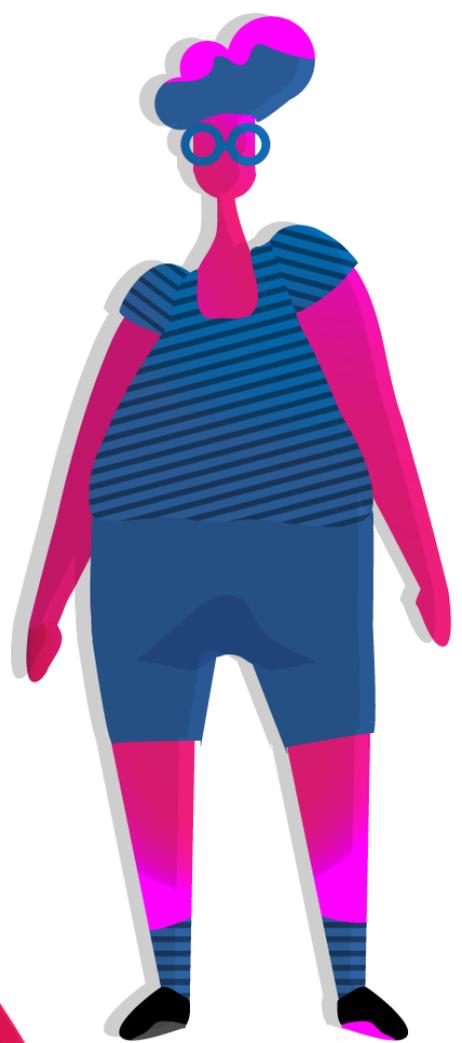
09 DE NOVEMBRO

9:00H WORKSHOP: MODA PARA PEQUENOS COM LARISSA LINS
9:00H WORKSHOP: MOULAGE COM ANDRÉA ALMEIDA
9:00H WORKSHOP: TÉCNICAS DE ILUSTRAÇÃO DE MODA COM LÁPIS DE CÔR COM RICARDO ANTONIO
13:00H PALESTRA: A IMPORTÂNCIA DA ASSESSORIA DE IMPRENSA E RELAÇÕES NO SEGMENTO DE MODA E VARIEDADES EM TEMPOS DE MÍDIA DIGITAL COM YAKINI RODRIGUES
13:00H PALESTRA: MODA NO MUSEU - PERCURSOS E QUESTIONAMENTOS COM DIBUI PRATES
13:00H PALESTRA: VOCÊ É SUA MARCA COM GABRIELA ALVES
14:15H MESA REDONDA: EDDA MODA COM ANA CAROLINA CARVALHO, ALÍDIA GOMES, CLEO PONTIFÉ, GUILLO MARQUES E MICHAEL SANTOS
16:15H MESA REDONDA: DA PRODUÇÃO AO CONSUMO: PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NA MODA COM ANA ELAENA PAZ, ANNE COSTA, JÚLIA FERREIRA
16:15H MESA REDONDA: DIREITO E PROPRIEDADE INTELECTUAL NA MODA COM CAROL CARVALHO, ADRIANE RIBEIRO, ALINE RUIZ, ELISABETH MONTALVA
17:45H ENCERRAMENTO DO EVENTO COM DESFILES DE MODA: PROJETO BALSA E DERRAVERA
NOS DOIS DIAS DE EVENTO HAVERÁ UMA FEIRA DE PRODUTOS DE MODA DE MARCAS LOCAIS
AS VAGAS SÃO LIMITADAS. AS INSCRIÇÕES SÃO GRATUITAS E SERÃO FEITAS NO LOCAL, 20 MINUTOS ANTES DE CADA ATIVIDADE, EXCETO O WORKSHOP MODA PARA PEQUENOS.

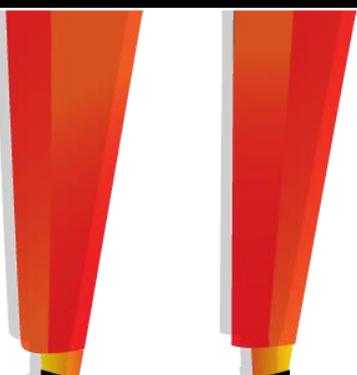
PARA MAIS INFORMAÇÕES
@moda2019ufal

APLICAÇÕES





MANUAL DA MARCA MODA E IMAGEM





MODA
IMAGEM

N
O
V
E
M
B
R
O

2
0
1
9

PLANEJAMENTO
GRÁFICO

Este planejamento tem por objetivo definir uma forma singular para os materiais de uso digitais e/ou impressos elaborados para a 4ª edição do Evento Moda e Imagem.

Escaneie o QR Code para ter acesso a pasta com todos os arquivos apresentados neste documento.



Ou toque [aqui](#) para ser direcionado.

SUMÁRIO

☐ MÍDIAS ONLINE

Cartão Digital

Borda e Avatar Instagram

Estrutura feed Instagram

Modelo Stories

MÍDIA KIT CONVIDADOS

Apresentação do evento

Template Apresentação Palestrantes

EDIÇÃO DE VÍDEO

Ação Divino Amor

Editorial Verde Era

Identidade visual e patrocinadores

☐ MÍDIAS OFFLINE –

ESPECIFICAÇÕES PARA IMPRESSÃO

DIVULGAÇÃO

Cartaz de divulgação do evento

Cartaz da Programação

Modelo flyer

IDENTIFICAÇÃO EQUIPE

Crachá

Lanyard

IDENTIFICAÇÃO ESTRUTURA

Painel

identificação horizontal muralista

Salas

Papel Timbrado

BRINDES

Bolsa

Bottons

Copo

MÍDIAS ONLINE



CARTÃO DIGITAL



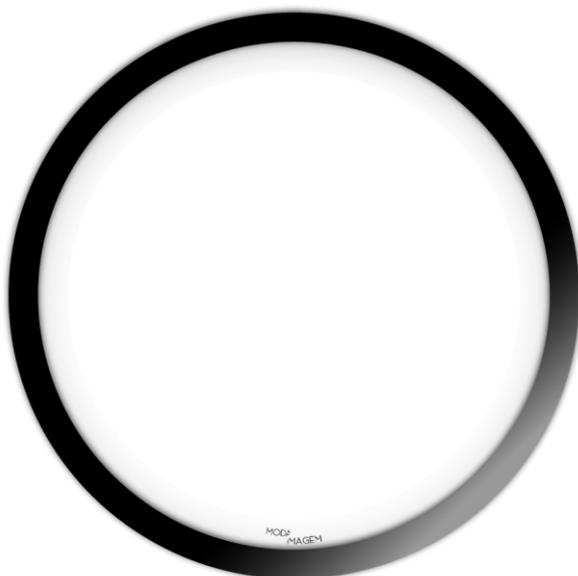
Para a segurança do uso da Apresentação do Evento e arrecadação de patrocínio, foi desenvolvido cartão interativo. Contém o nome, os dados do WhatsApp e as contas do Instagram pessoal e do projeto. Deve ser vinculado para identificação dos produtores, encarregados de levantarem e mobilizarem os recursos necessários.

BORDA E AVATAR INSTAGRAM

Desenvolvida para ser aplicada no Instagram. A personalização da borda deve ser utilizada como uma ferramenta de integração da identidade visual, conectando a conta do projeto, a dos produtores e, posteriormente, a dos convidados. Essa estratégia serve para causar uma associação sutil com a marca do evento nesta edição.

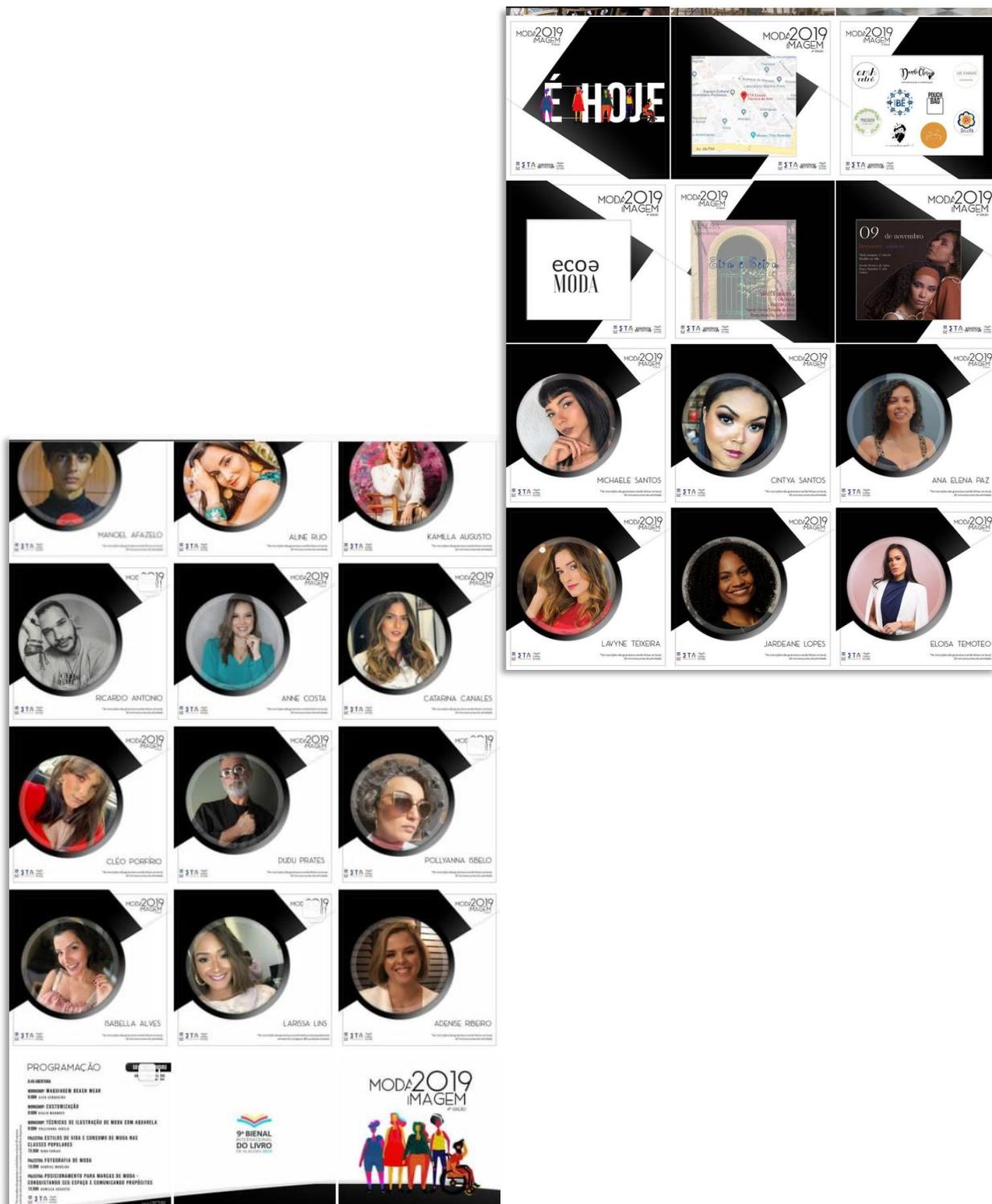


Modelo a ser utilizado no perfil do projeto.



Modelo a ser utilizado por produtores e, posteriormente, os convidados.

ESTRUTURA DO FEED



Este modelo segue a estrutura de grid 3x3. Sendo as 3 primeiras publicações um banner. Posteriormente, ser postado 3 convidados por vez mantendo a estrutura de 3 cards por fila em seguida de mais informações sobre o evento.

MODELO CARD STORIES



MODA 2019
IMAGEM
4ª EDIÇÃO

UMA REALIZAÇÃO DO PROJETO "MODA E COMUNICAÇÃO" DO CURSO DE PRODUÇÃO DE MODA DA ESCOLA TÉCNICA DE ARTES (ETA) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS, COORDENADO PELA PROFA. DRA. ELIZETE LILI MENEZES.

QUANDO ACONTECE O MODA E IMAGEM?
NOS DIAS 08 E 09 DE NOVEMBRO.

ONDE SERÁ REALIZADO O EVENTO?
NO PRÉDIO DA ESCOLA TÉCNICA DE ARTES,
LOCALIZADO NA PRAÇA SINIMBÚ, N° 206, CENTRO.

COMO FAÇO PARA ME INSCREVER?
AS VAGAS SÃO LIMITADAS. AS INSCRIÇÕES SÃO GRATUITAS E
SERÃO FEITAS NO LOCAL, 20 MINUTOS ANTES DE CADA ATIVIDADE.*

*EXCETO O WORKSHOP "MODA PARA PEQUENOS".

UFAL
ETA
RESIDÊNCIA ARTÍSTICA
FÓRUM DO LIVRO

MÍDIA KIT CONVIDADOS

Este mídia kit foi desenvolvido para ser enviado por e-mail aos convidados que irão participar desta edição do evento e deve conter:

Apresentação do evento

Formato: PDF

Ex.:



Template Apresentação Palestrantes

Formato de distribuição: PP

Ex.:



Além desses arquivos devem ser incluídos: borda para Instagram e diferentes versões de logo.

EDIÇÃO DE VÍDEO

Foram desenvolvidos três tipos de vídeos, sendo eles: dois editoriais (Ação Divino Amor e Editorial Verde Era) e o terceiro (Identidade Visual e patrocinadores).

Ação Divino Amor:

AÇÃO: *Divino amor*

A ação Divino amor é uma iniciativa do **projeto Moda e Comunicação da ETA/UFAL** em apoio à **Associação São Francisco Xavier**, presidida pela irmã Maria Selma. Essa ação propõe o leilão de vestidos de noiva italianos, novos e semi-novos, doados ao **"Santuário do Divino Amor"** em Roma. A Associação São Francisco Xavier, que tem por missão ajudar crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade e famílias carentes na cidade de São Miguel dos Campos, recebeu esses vestidos revestidos de amor e irá direcionar a renda arrecadada com eles para a construção do primeiro andar da sede.

O leilão irá acontecer em Janeiro de 2020. A data exata e local informaremos por meio do nosso instagram [@modaetaufal](#).

Editorial Verde Era:



VERDE
ERA

EDITORIAL E EXPOSIÇÃO MODA E IMAGEM

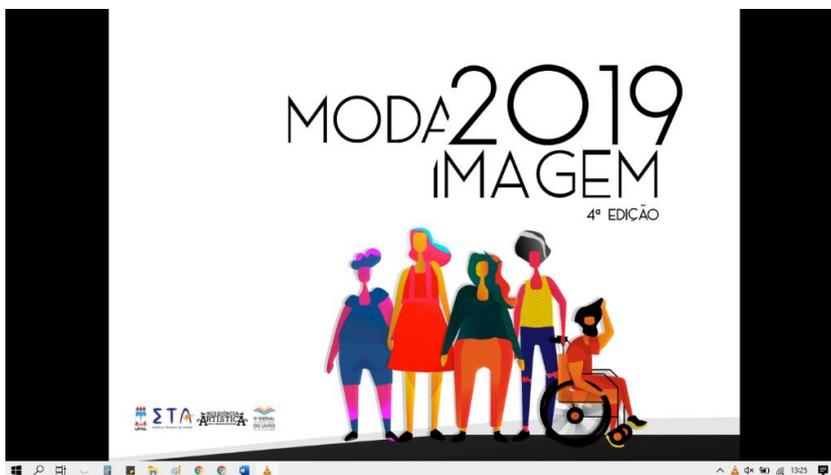
TE
MA

Após um movimento frenético da população, com diminuição dos recursos naturais, poluição, desmatamento e crise entre as relações do real x digital, uma nova era está surgindo.

'Verde Era' nos traz de volta a harmonia da ciência e tecnologia com a natureza e a humanização, de forma mais empática.

A diversidade, equanimidade e práticas sustentáveis agora são regras.
Bem vindo ao futuro fashion!

Identidade visual e patrocinadores





DIVULGAÇÃO

Cartaz de divulgação do evento

Tamanho: A3

Papel: Couchê brilho 90g/m2

Ex.:

MODA 2019 IMAGEM

4ª EDIÇÃO

UMA REALIZAÇÃO DO PROJETO "MODA E COMUNICAÇÃO" DO CURSO DE PRODUÇÃO DE MODA DA ESCOLA TÉCNICA DE ARTES (ETÁ) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS, COORDENADO PELA PROFA. DRA. ELIZETE LILI MENEZES.

08 E 09 DE NOVEMBRO

ESCOLA TÉCNICA DE ARTES
PRAÇA SINIMBÚ, N° 206, CENTRO
EVENTO ABERTO AO PÚBLICO



@modaetafal

PARA MAIS
INFORMAÇÕES

Cartaz da Programação

Tamanho: A3

Papel: Couchê brilho 90g

Ex.:

MODA 2019 IMAGEM

4ª EDIÇÃO



UMA REALIZAÇÃO DO PROJETO "MODA E COMUNICAÇÃO" DO CURSO DE PRODUÇÃO DE MODA DA ESCOLA TÉCNICA DE ARTES (ETA) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL), COORDENADO PELA PROFA. DRA. ELIZETE LILI MENEZES.

08 E 09 DE NOVEMBRO

**ESCOLA TÉCNICA DE ARTES
PRAÇA SINIMBU, N° 206, CENTRO
EVENTO ABERTO AO PÚBLICO**

08 DE NOVEMBRO

8:45H ABERTURA

9:00H WORKSHOP: **MAQUIAGEM BEACH WEAR** COM ALEX CERQUEIRA

9:00H WORKSHOP: **CUSTOMIZAÇÃO** COM GIULIO MARQUES

9:00H WORKSHOP: **TÉCNICAS DE ILUSTRAÇÃO DE MODA COM AQUARELA** COM POLLYANNA ISBELO

13:30H PALESTRA: **ESTILOS DE VIDA E CONSUMO DE MODA NAS CLASSES POPULARES** COM NIDO FARIAS

13:30H PALESTRA: **FOTOGRAFIA DE MODA** GABRIEL COM MOREIRA

13:30H PALESTRA: **POSICIONAMENTO PARA MARCAS DE MODA - CONQUISTANDO SEU ESPAÇO E COMUNICANDO PROPÓSITOS** COM KAMILLA AUGUSTO

14:45H MESA REDONDA: **AS ETAPAS PARA UMA PRODUÇÃO DE MODA** COM JARDE LOPES, CAMILA REIS, CINTYA SANTOS, LARISSA LINS E MARCO MOTA

16:15H MESA REDONDA: **O MERCADO DE MODA DIGITAL** COM MANU CABRAL, CATHARINA CANALES, CARMEM REJANE E DEBORA ARAÚJO

17:45H EXPOSIÇÃO DE MANEQUINS VIVOS

09 DE NOVEMBRO

9:00H WORKSHOP: **MODA PARA PEQUENOS** COM LARISSA LINS

9:00H WORKSHOP: **MOULAGE** COM ANDREA ALMEIDA

9:00H WORKSHOP: **TÉCNICAS DE ILUSTRAÇÃO DE MODA COM LÁPIS DE COR** COM RICARDO ANTONIO

13:00H PALESTRA: **A IMPORTÂNCIA DA ASSESSORIA DE IMPRENSA E RELAÇÕES NO SEGMENTO DE MODA E VARIEDADES EM TEMPOS DE MÍDIA DIGITAL** COM YAKINI RODRIGUES

13:00H PALESTRA: **MODA NO MUSEU - PERCURSOS E QUESTIONAMENTOS** COM DUDU PRATES

13:00H PALESTRA: **VOCÊ É SUA MARCA** COM ISABELA ALVES

14:15H MESA REDONDA: **ECOA MODA** COM ANA CAROLINA CARVALHO, ALDA GOMES, CLÉO PORFÍRIO, GIULIO MARQUES E MICHAEL SANTOS

16:15H MESA REDONDA: **DA PRODUÇÃO AO CONSUMO: PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NA MODA** COM ANA ELENA PAZ, ANNE COSTA, JÚLIA FERREIRA CAROÁ E MANOEL AFAZELO

16:15H MESA REDONDA: **DIREITO E PROPRIEDADE INTELECTUAL NA MODA** COM CAROL CARVALHO, ADENISE RIBEIRO, ALINE RIJO, ELOISA MONTALVÃO E LAVYNE TEIXEIRA

17:45H ENCERRAMENTO DO EVENTO COM DESFILES DE MODA: **PROJETO Balsa e DERRAVERA**

NOS DOIS DIAS DE EVENTO HAVERÁ UMA FEIRA DE PRODUTOS DE MODA DE MARCAS LOCAIS

AS VAGAS SÃO LIMITADAS. AS INSCRIÇÕES SÃO GRATUITAS E SERÃO FEITAS NO LOCAL, 20 MINUTOS ANTES DE CADA ATIVIDADE. EXCETO O WORKSHOP MODA PARA PEQUENOS.



@modaetaufal

PARA MAIS
INFORMAÇÕES

Modelo flyer (frente)

Tamanho: A6

Papel: Couchê brilho 90g/m².

Obs.: deve ser impresso frente e verso.

Ex.:

Frente:

MODA 2019
IMAGEM
4ª EDIÇÃO

UMA REALIZAÇÃO DO PROJETO "MODA E COMUNICAÇÃO" DO CURSO DE PRODUÇÃO DE MODA DA ESCOLA TÉCNICA DE ARTES (ETA) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL), COORDENADO PELA PROFA. DRA. ELIZETE LILI MENEZES.

EVENTO ABERTO AO PÚBLICO
08 E 09 DE NOVEMBRO

ESCOLA TÉCNICA DE ARTES
PRAÇA SINIMBÚ, N° 206, CENTRO.

UFAL
ETA
3ª BIENAL DO LIVRO

MODA 2019
IMAGEM
4ª EDIÇÃO

UMA REALIZAÇÃO DO PROJETO "MODA E COMUNICAÇÃO" DO CURSO DE PRODUÇÃO DE MODA DA ESCOLA TÉCNICA DE ARTES (ETA) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS, COORDENADO PELA PROFA. DRA. ELIZETE LILI MENEZES.

QUANDO ACONTECE O MODA E IMAGEM?
NOS DIAS 08 E 09 DE NOVEMBRO.

ONDE SERÁ REALIZADO O EVENTO?
NO PRÉDIO DA ESCOLA TÉCNICA DE ARTES,
LOCALIZADO NA PRAÇA SINIMBÚ, N° 206, CENTRO.

COMO FAÇO PARA ME INSCREVER?
AS VAGAS SÃO LIMITADAS. AS INSCRIÇÕES SÃO GRATUITAS E
SERÃO FEITAS NO LOCAL, 20 MINUTOS ANTES DE CADA ATIVIDADE.*

*EXCETO O WORKSHOP "MODA PARA PEQUENOS".

UFAL
ETA
3ª BIENAL DO LIVRO

Modelo flyer (verso)

Tamanho: A6

Papel: Couchê brilho 90g/m².

Obs.: deve ser impresso frente e verso.

Ex.:

Verso:

PROGRAMAÇÃO

08 DE NOVEMBRO

ESCOLA TÉCNICA DE ARTES
PRAÇA SINIMBU, N° 206, CENTRO.

8:45 ABERTURA

WORKSHOP: MAQUIAGEM BEACH WEAR
9:00H ALEX CERQUEIRA

WORKSHOP: CUSTOMIZAÇÃO
9:00H GIULIO MARQUES

WORKSHOP: TÉCNICAS DE ILUSTRAÇÃO DE MODA COM AQUARELA
9:00H POLLYANNA ISBELO

PALESTRA: ESTILOS DE VIDA E CONSUMO DE MODA NAS CLASSES POPULARES
13:30H NIDO FARIAS

PALESTRA: FOTOGRAFIA DE MODA
13:30H GABRIEL MOREIRA

PALESTRA: POSICIONAMENTO PARA MARCAS DE MODA - CONQUISTANDO SEU ESPAÇO E COMUNICANDO PROPÓSITOS
13:30H KAMILLA AUGUSTO

MESA REDONDA: AS ETAPAS PARA UMA PRODUÇÃO DE MODA
14:45H
MEDIADORA: JARDE LOPES
DEBATEDORES: CAMILA REIS, CINTYA SANTOS, LARISSA LINS E MARCO MOTA

MESA REDONDA: O MERCADO DE MODA DIGITAL
16:15H
MEDIADORA: MANU CABRAL
DEBATEDORES: CATARINA CANALES, CARMEM REJANE E DEBORA ARAÚJO

EXPOSIÇÃO DE MANEQUINS VIVOS
17:45H

*As inscrições são gratuitas e serão feitas no local, 20 minutos antes de cada atividade. Exceto o workshop Moda Para Pequenos.



PROGRAMAÇÃO

09 DE NOVEMBRO

ESCOLA TÉCNICA DE ARTES
PRAÇA SINIMBU, N° 206, CENTRO.

WORKSHOP: MODA PARA PEQUENOS
9:00H LARISSA LINS

WORKSHOP: MOULAGE
9:00H ANDREA ALMEIDA

WORKSHOP: TÉCNICAS DE ILUSTRAÇÃO DE MODA COM LÁPIS DE COR
9:00H RICARDO ANTONIO

PALESTRA: A IMPORTÂNCIA DA ASSESSORIA DE IMPRENSA E RELAÇÕES NO SEGMENTO DE MODA E VARIEDADES EM TEMPOS DE MÍDIA DIGITAL
13:00H YAKINI RODRIGUES

PALESTRA: MODA NO MUSEU - PERCURSOS E QUESTIONAMENTOS
13:00H DUDU PRATES

PALESTRA: VOCÊ É SUA MARCA
13:00H ISABELA ALVES

MESA REDONDA: ECOA MODA
14:15H
MEDIADORA: ANA CAROLINA CARVALHO
DEBATEDORES: ALDA GOMES, CLÉO PORFÍRIO, GIULIO MARQUES E MICHAEL SANTOS

MESA REDONDA: DA PRODUÇÃO AO CONSUMO: PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NA MODA
16:15H
MEDIADORA: ANA ELENA PAZ
DEBATEDORES: ANNE COSTA, JÚLIA FERREIRA CAROÁ E MANOEL AFAZELO

MESA REDONDA: DIREITO E PROPRIEDADE INTELECTUAL NA MODA
16:15H
MEDIADORA: CAROL CARVALHO
DEBATEDORES: ADENISE RIBEIRO, ALINE RIJO, ELOISA MONTALVÃO E LAVYNE TEIXEIRA

17:45H ENCERRAMENTO DO EVENTO COM DESFILES DE MODA:
PROJETO Balsa e Derravera

NOS DOIS DIAS DE EVENTO HAVERÁ UMA FEIRA DE PRODUTOS DE MODA DE MARCAS LOCAIS

*As inscrições são gratuitas e serão feitas no local, 20 minutos antes de cada atividade. Exceto o workshop Moda Para Pequenos.



IDENTIFICAÇÃO – EQUIPE

Crachá

Tamanho: 15x9cm

Papel: Couchê fosco 180g/m²

Ex.:



Lanyard A

Tamanho: 1m

Material: fita gorgorão

Tipo de

impressão: serigrafia

Ex.:



MODA 2019
IMAGEM



MODA 2019
IMAGEM



MODA 2019
IMAGEM



MODA 2019
IMAGEM



MODA 2019
IMAGEM



MODA 2019
IMAGEM

Lanyard B

Tamanho: 1m

Material: fita

gorgorão

Tipo de impressão:

serigrafia

Ex.:



MODA 2019
IMAGEM



MODA 2019
IMAGEM



MODA 2019
IMAGEM

Lanyard C

Tamanho: 1m

Material: fita gorgorão

Tipo de

impressão: sublimação

Ex.:



MODA 2019
IMAGEM



MODA 2019
IMAGEM



MODA 2019
IMAGEM



MODA 2019
IMAGEM



MODA 2019
IMAGEM



MODA 2019
IMAGEM

IDENTIFICAÇÃO – ESTRUTURA

Painel

Ex.:

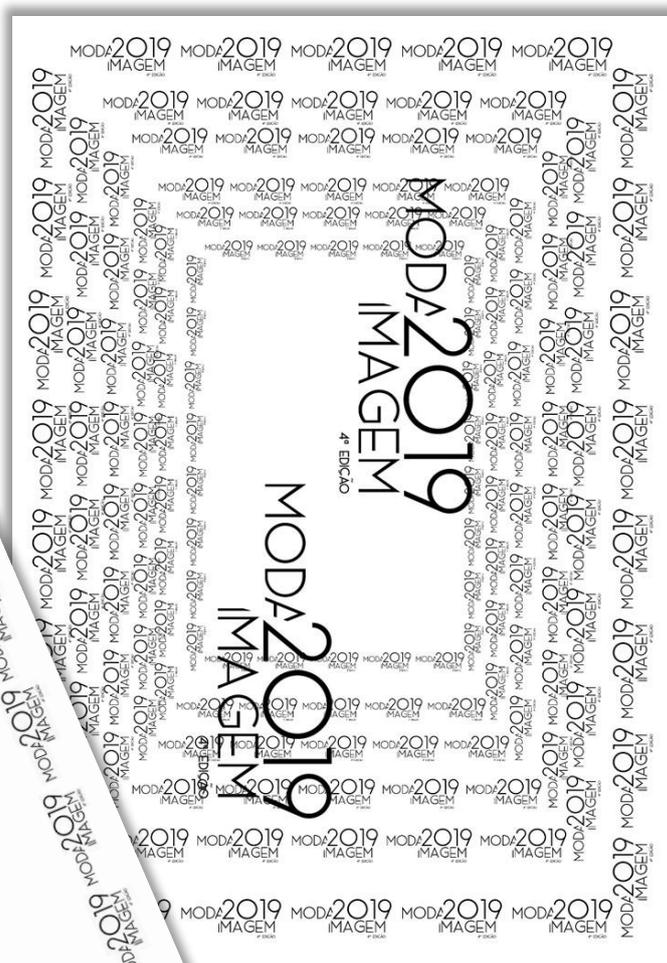


Identificação horizontal- muralista

Dimensões: A4

Tipo de Papel: papel ofício/sulfite

Ex.:



Salas

Dimensões: A4/A5

Tipo de Papel: papel ofício/sulfite

Ex.:



Papel Timbrado

Dimensões: A4/A5

Tipo de Papel: papel ofício/sulfite

Ex.:



BRINDES

Bolsa

Tipo de impressão: sublimação

Ex.:



Botton A

Tamanho: 4,5cm

Ex.:



Botton B

Tamanho: 3,8cm

Ex.:



Copo

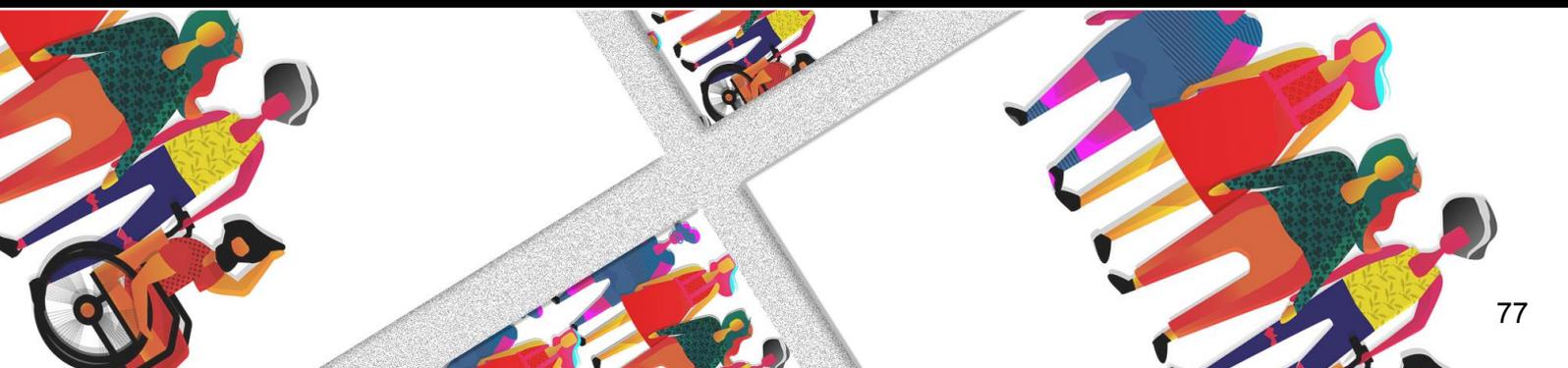
Modelo: long Drink

Ex.:





PLANEJAMENTO GRÁFICO MODA E IMAGEM 2019



ANEXO – APRESENTAÇÃO DO EVENTO MODA E IMAGEM 4ª EDIÇÃO

O curso de Produção de Moda

O Curso de Produção de Moda é uma formação em nível técnico da Escola Técnica de Artes (ETA) da Universidade Federal de Alagoas. O curso pioneiro no ramo da moda foi concebido para atender a demanda tanto da capacitação de novos profissionais, como da profissionalização de pessoas que já trabalham em Alagoas. Criado em 2014, em seu quarto e mais recente processo seletivo, o curso teve 600 inscrições e uma concorrência de 20 candidatos para cada uma das 30 vagas ofertadas. Essa procura indica não só a dimensão da demanda reprimida, como também atesta o reconhecimento da qualidade da formação.

A ETA - Escola Técnica de Artes

A ETA é a única escola técnica de artes com quatro linguagens artísticas vinculada a uma universidade federal no país. Além do curso de Produção de Moda, são ofertados cursos técnicos profissionalizantes em Arte Dramática, Dança e Música. A ETA funciona no recém-inaugurado Edifício Zélia Maia Nobre, na Praça Sinimbu, S/N, no Centro e realiza processos seletivos anuais.

O EVENTO

Uma realização do projeto “Moda e Comunicação” do Curso de Produção de Moda da Escola Técnica de Artes (ETA) da Ufal, coordenado pela Profa. Dra. Elizete Lili Menezes.

Apresentação

O evento “Moda e Imagem” visa discutir e praticar ações relativas à produção de imagens de Moda por meio de workshops, palestras e mesas-redondas constituídas por profissionais externos de destaque nacional, docentes e discentes da ETA.

A 4ª edição do “Moda e Imagem” foi selecionada para participar da 9ª Bienal Internacional do Livro de Alagoas, organizada pela Universidade Federal de Alagoas, cujo tema é “Livro Aberto - Leitura, Liberdade e Autonomia”. Composta por profissionais que circulam no mercado profissional e no meio acadêmico, trará nomes como **Yakini Rodrigues**, Graduada em Desenho de Moda pela Faculdade Paulista de Artes (FPA) e especializada no segmento de moda que transita entre o styling e produções de moda, através do trabalho de relações públicas (RP); **Dudu Prates**, mestre em Moda, Cultura e Arte pelo Centro Universitário SENAC/SP, que atualmente trabalha no MUMO, Museu da Moda em Belo Horizonte/MG; **Adenise Ribeiro** advogada atuante há 20 anos no mercado com ênfase na área empresarial e atualmente presidente da Comissão do Direito da Moda da OAB/AL; **Gabriel Moreira**, fotógrafo e fundador da Escola Criativa. Também farão parte dessa edição uma feira de produtos de marcas de alunos e ex-alunos do curso de Produção de Moda e os desfiles do Projeto Balsa e da marca Derravera.

Sobre o projeto Moda e Comunicação

O projeto “Moda e Comunicação” tem como objetivo produzir conteúdo (imagem e texto) de moda, e de áreas relacionadas, para redes sociais e para mídias impressa locais, bem como organizar e inserir-se em eventos no âmbito da Moda. O projeto

oferece informação de teor crítico e criativo para o público vinculado ao setor, sobretudo o local.

Histórico do Evento

A 1ª edição do Moda e Imagem aconteceu em 2016, no Museu da Imagem e Som de Alagoas (MISA). Sucesso de público, o evento apresentou uma exposição de editoriais de moda e desenhos produzidos por alunos da ETA.

Em 2017, a 2ª edição aconteceu no Arquivo Público de Alagoas (APA), nos dias 30 de novembro e 1 de dezembro, e teve como ponto alto a oficina Criação de Imagem de Moda ministrada pelo Produtor de Moda, Stylist, Figurinista e Personal Stylist de atores e atrizes de novela como Juliana Alves, Alexandre Borges, Sabrina Petráglia e Mônica Iozzi, Wesley Madson.

O Moda e Imagem 3ª edição aconteceu nos dias 25 e 26 de outubro de 2018 no Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN - Alagoas). O evento, composto por workshops, palestras e mesas-redondas teve também o desfile “Bloco dos Bobos” idealizado por discentes do curso de Produção de Moda da Escola Técnica de Artes - ETA - Ufal. Sucesso de público, nos dois dias de duração, o Moda e Imagem teve mais de 300 participantes. As mídias locais deram destaque ao evento com publicações em redes sociais e mídias online e impressas. (Matéria veiculada sobre tema de um dos workshops ocorridos no evento http://gazetaweb.globo.com/gazetadealagoas_old/imprimir.php?c=331681).

Público-alvo

Estudantes e profissionais da área de moda e áreas afins, tais quais design, artes, marketing, publicidade, jornalismo, fotografia, dentre outras.

Data: 8 e 9 de novembro de 2019.

Local: Escola Técnica de Artes - Edifício Zélia Maia Nobre, Pça. Sinimbu, 206 - Centro, Maceió - AL, 57020-590

Telefone: (82) 3214-1614

Inscrições no local

PROGRAMAÇÃO

DIA 08/11 – ESCOLA TÉCNICA DE ARTES DA UFAL

8:45h

Abertura do evento

9:00h – 12:00h (as ações abaixo acontecem todas nesse horário)

Workshop 1: “Maquiagem beach wear” com Alex Cerqueira.

Workshop 2: “Customização” com Giulio Marques.

Workshop 3: “Ilustração: técnicas para colorir desenhos de moda” com Pollyanna Isbelo.

13:30h – 14:30h (as ações abaixo acontecem todas nesse horário)

Palestra 1: “Estilos de vida e consumo de moda nas classes populares” com Nido Farias.

Palestra 2: “Fotografia de moda” com Gabriel Moreira.

Palestra 3: “Posicionamento para marcas de moda: conquistando seu espaço e comunicando propósitos” com Kamilla Augusto.

14:45h – 16h

Mesa redonda “As etapas para uma produção de moda”

Mediadora: Jarde Lopes

Debatedores:

1. Camila Reis
2. Cintya Santos
3. Larissa Lins
4. Marco Mota

16:15h – 17:45h

Mesa redonda “O mercado de moda digital”

Mediadora: Manu Cabral

Debatedores:

1. Catarina Canales
2. Carmem Rejane
3. Debora Araújo

17:45h

Exposição de Editoriais de Moda.

Exposição de manequins vivas.

DIA 09/11 – ESCOLA TÉCNICA DE ARTES DA UFAL

9h – 12h (as ações abaixo acontecem todas nesse horário)

Workshop 1: “Moda para pequenos” com Larissa Lins.

Workshop 2: “Moulage” com Andrea Almeida.

Workshop 3: “Técnicas de Ilustração de Moda” com Ricardo Antônio.

13h – 14h (as ações abaixo acontecem todas nesse horário)

Palestra 1: “A importância da Assessoria de Imprensa e Relações no segmento de moda e variedades em tempos de Mídia Digital” com Yakini Rodrigues.

Palestra 2: “Moda no museu – percursos e questionamentos” com Dudu Prates.

Palestra 3: “Você é sua marca” com Isabela Alves.

14:15h – 16h

Mesa redonda: “Ecoa Moda”

Mediadora: Ana Carolina Carvalho

Debatedores:

1. Alda Gomes
2. Cléo Porfírio
3. Giulio Marques
4. Michael Santos

16:15h – 17:45h (as ações abaixo acontecem todas nesse horário)

Mesa redonda 1: “Da produção ao consumo: práticas sustentáveis na moda”.

Mediadora: Ana Elena Paz

Debatedores:

1. Anne Costa
2. Júlia Ferreira
3. Manoel Afazelo

Mesa redonda 2: “Direito e propriedade intelectual na moda”.

Mediadora: Carol Carvalho

Debatedores:

1. Adenise Ribeiro
2. Aline Rijo
3. Eloisa Montalvão
4. Lavyne Teixeira

17:45 - Encerramento do evento com desfiles de moda

Marcas:

Casa Lado Bê e Margarida Perfumada.

Derravera

Nos dois dias do evento haverá uma feira com produtos de marcas de moda de ex-alunos e alunos da ETA.

Serviço

Moda e Imagem 4ª edição

Workshops, palestras e mesas-redondas relativas à produção de imagens de moda

Data: 8 e 9 de novembro de 2019

Horário: a partir das 9h

Local: Escola Técnica de Artes - Edifício Zélia Maia Nobre, Pça. Sinimbú, 206, Centro.

Inscrições no local

Entrada Franca