

# Criando Identidades



Resumo da palestra do Jackson Araújo no lançamento do 6º  
SCMC (Santa Catarina Moda Contemporânea)

# Jackson Araújo



Formado em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará.

Já atuou em fotografia de moda, direção de arte, figurino, vídeo, cinema e jornalismo.

Radicado em São Paulo desde 93, participou como repórter do extinto projeto "Atitude", na Ilustrada (Folha de SP).

Um de seus vídeos experimentais, "Pelvis Para Sempre", trata do movimento da moda underground em meados dos 90 e está no acervo do Museu de Arte Moderna de São Paulo (Masp)

Trabalhou anos com o estilista Lino Villaventura, assinando a direção de arte e direção musical.

Ex Box 1824, e atualmente correspondente do WGSN (!!)

Atual Diretor de Conteúdo do SCMC.



O conteúdo da palestra foi voltado para os estudantes de moda e interessados no assunto.

Foi uma inspiração para pensar na diferenciação do mercado, não só da moda.

# Criação de Identidade

Competitividade

Fácil acesso a informação.

**Agregar valor!**

Design traduzindo a ID.

# Identidade Cultural \*IDC

Cria uma imagem forte.

Passa credibilidade.

Ajuda no destaque em meio a  
competitividade.

Gera uma maior empatia do público.

# \* IDC

É preciso sair da zona de conforto para impactar os novos consumidores.

Com uma boa consciência de sua própria identidade cultural pode-se arriscar e criar novas experiências para acompanhar.

# \* IDC de sucesso

1a loja conceito da Havaianas é em SP – Oscar Freire (luxo!)

Barraca de Feira, em homenagem à origem popular das Havaianas e Customização.



Barraca de feira: modelos mais populares.

Container: modelos exportação, alguns até com swarovisky nas tiras.

Cilindro: modelos de bolsas da marca.

Corner: opções infantis.

# Construindo \*IDC

(Repertório + informações)

+

(Transformação + dinamismo)

+

(Regionalismo + gostos pessoais)

=

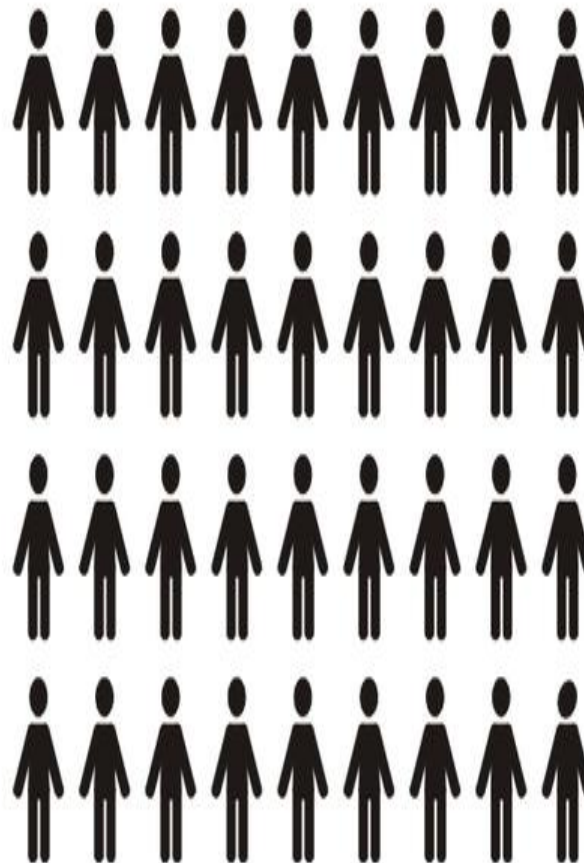
Sobrevivência no mercado

Somos todos iguais, mas cada um é diferente.

Podemos ser idênticos na busca de informações, mas diferentes na escolha do que é relevante, do que achamos legal e do que realmente nos impacta.

Precisa de uma visão bem clara da identidade para saber filtrar.

Quem for impactado, pela nossa IDC será fiel.



## @DICA

Nossa memória física é inestimável.  
Ter nossas lembranças, recordações,  
referências, momentos registrados e poder  
"tocá-los" é inspirador e sempre será tendência.

Ex: fotos impressas, recortes, objetos, diários.

# Tendência? (aff!)

O que no meio de todas as informações é relevante para minha identidade?

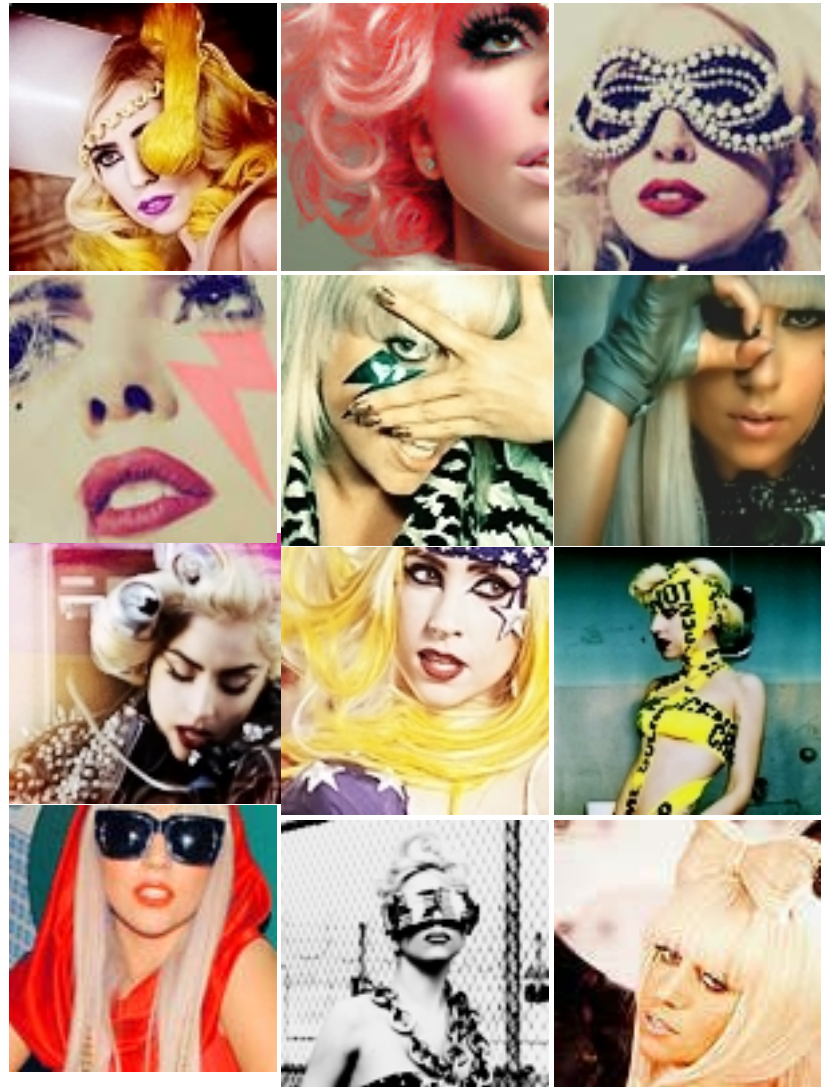


\*Tendências By Jackson Araújo

# \*Lady Gaga

O reflexo da  
nova geração.

Internet!  
Multipersona!



Apoiadíssimo ;) )

# \* Alice in Wonderland

Lindo.

Ótimo entretenimento.

Buzz mundial.

Marketing fodástico.



Uma nova Alice.

Quebra de  
conceitos.

Personalidade.

Opinião própria.

Nova geração.

Apoiadíssimo ;) )

\* Perroquet por Sølve Sundsbø

A importância  
de sairmos do  
nosso habitat  
para enxergar  
um novo ponto  
de vista.



Apoiadíssimo ;)

# \* Armaduras por Jean-Aimar



Enxergar forma em tudo.

Transformação!

O poder de fazer o belo com o que se tem ao alcance.

Apoiadíssimo ;)

@Para pensar!

A pessoa interessada em moda e design precisa deixar de ser meramente um espectador e começar a participar para se tornar um agente de mudança

# IDC vs. MERCADO

Valor estratégico.

Estratégia?

Entender o consumidor.

Saber falar com ele.

Surpreendê-lo.



# Identidade Visual \*IDV

Resgatar as origens e raízes culturais.

“Quanto mais se puxar o elástico para trás, mais longe a pedra chegará”.

Metáfora do estilingue de Aloísio Magalhães.

# Identidade Visual \*IDV

Olhar ao redor, olhar o ambiente em que se está inserido.

Olhar dentro de si, buscando os valores e desejos.

Buscar na cultura a base de criação do novo.

Reconhecer os valores que são seus no mundo.

Valorizar o regional e suas tradições e principalmente os artesãos.



# Inspirações



- Bernard Pras

Rodrigo Almeida

Lino Villaventura

Marcelo Rosenbaum

# Brasil em voga:

- Crescimento do mercado consumidor.
- Eventos mundiais.
- Sustentabilidade.
- Manufatura e tecnologia.

“ID autoral única. Somos marcados por curvas, que não remetem só a nossa sensualidade e sim a todo o jeito de ginga e bossa dos brasileiros.”



# Diferencial?

É poder viver as contradições.

Caminho?

Renovação dos pensamentos,  
transformando mais mentes criadoras  
e não copiadoras.

Não ficar mais se espelhando e  
esperando o "melhor" que vem de  
outros lugares, ou que já foi feito.

Conseguir fazer o melhor com o que  
se tem ao alcance.

Poder de transformar para a sua  
identidade cultural. !

Usar nosso nacional, mas ter o apelo  
global.



# @CONSELHO FINAL

A situação ideal não existe precisa-se ter o olhar criativo para transformar o que se tem na mão.



@Obrigada!  
aline@bravapropaganda.com.br