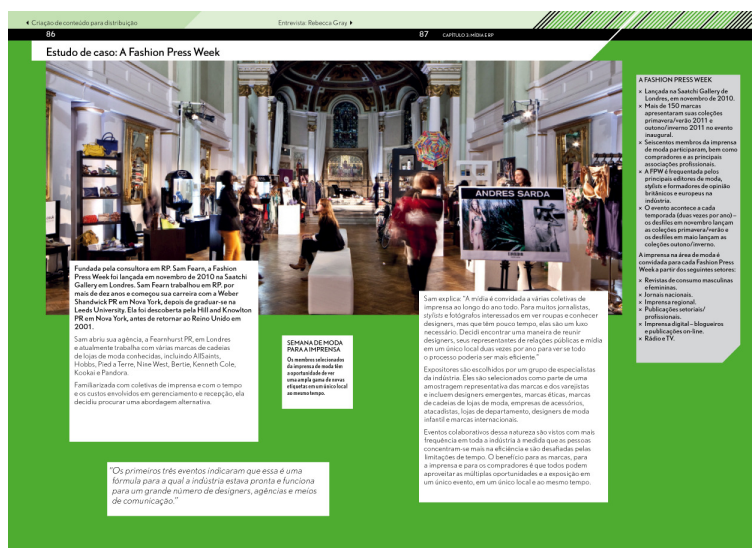


## Promoção de moda

*“Colaboração é a palavra da moda no século 21; por isso, merecem atenção as diversas maneiras de associação e colaboração mútua entre os profissionais, pensadas para o maior benefício das marcas, tanto as grandes quanto as pequenas”.*

Gwyneth Moore, autora do livro

**Promoção de moda** é uma introdução prática a todos os recursos e técnicas que se pode utilizar para promover uma marca do mercado de moda na era 2.0. Tendo o desenvolvimento do conceito de marca como ponto de partida para qualquer campanha, o livro repassa cada uma das áreas em que pode ser realizada uma ação promocional: desde as mais tradicionais, como o marketing e as relações públicas, os meios de comunicação e as imagens promocionais, até o jornalismo digital, as redes sociais e as colaborações com outros setores.




Assim, Gwyneth Moore faz uma compilação da enorme variedade de técnicas de propaganda que entram em jogo no setor da moda – como os desfiles de passarela, as conferências de imprensa, o branding, os aplicativos para iPad, as páginas de Facebook e Twitter, e os blogs – para explicar as especificidades de cada uma delas, e localizá-las no contexto da publicidade da moda e em seu conjunto.

116 Estudos de caso: Poppy Roberts Exercício: Criação de uma ilustração 117 CAPÍTULO 4 CRIAÇÃO VISUAL

### Entrevista: Jayne Pierson

A designer Jayne Pierson estudou design de moda e ganhou o London Graduate Fashion Week Ecological Design Award. Ela conquistou muita experiência em marcas de luxo fazendo estágios e trabalhando com os designers de alta-costura Alexander McQueen e Vivienne Westwood. Jayne cria estilos e design para artistas, músicos e atrizes.



**P** Por que você começou sua marca e qual foi a motivação por trás dela?

**R** Eu estava no último ano da universidade e no meio da criação do projeto final de graduação da minha coleção. Eu ainda trabalhava com Vivienne Westwood e achei a experiência que ganhei por meio de estágios e trabalhando com Alexander McQueen e Vivienne Westwood muito inspiradora. Gradualmente, aprendi que havia um razão muito mais profunda por que esses designers icônicos criavam, e comecei a entender o compulsivo e o impulso. Durante esse estágio, descobri minha história, minha voz e me senti casca da pelo lado de que também descobri algumas das ferramentas que poderia utilizar para contar essa história. Eu me candidatei à London Fashion Week na metade do processo de criação da minha coleção final de graduação e fui selecionada; assim, de certa forma, isso foi decidido por mim. Mas, quando comecei, não fazia ideia de que chegaria onde cheguei!

**P** Como o processo geral de design funciona para você e como você se inspira?

**R** É uma história muito pessoal que achei que deveria contar e esse foi o veículo que escolhi para contá-la. Mas, isso evolui e o processo pode mudar. Minha inspiração é minha música, que já não vive nesse mundo. Normalmente começo desenhando e as ideias evoluem a partir disso. Então vêm os sonhos e tudo mais e agito isso visualmente, às vezes não consigo anotá-los com rapidez suficiente.

**P** Como você desenvolve o conceito para cada coleção?

**R** São capítulos do livro dela (minha música). Cada um segue o outro.

*“É uma história muito pessoal que achei que deveria contar, e esse foi o veículo que escolhi para contá-la.”*

1 IMAGENS DE ESTÚDIO  
Imagens de sessão de fotos de  
Madison Collection feitas em  
estúdio por Jayne Pierson.

Além de um manual introdutório, os estudantes e profissionais recém-formados encontram neste volume um livro de consulta prático e direto para planejar campanhas específicas e escolher as ações mais adequadas a cada projeto

# GGBrasil

Editora G.Gili, Ltda Av. Jose Maria de Faria 470  
Lapa de Baixo  
São Paulo - SP - Brasil  
cep 05038-190  
Tel (11) 3611 2443  
www.ggili.com.br

## A AUTORA

**Gwyneth Moore**, graduada em desenho e ilustração de moda na National School of Design de Sydney, Austrália, é professora de desenho de moda na Cardiff School of Creative & Cultural Industries, que pertence à University of Glamorgan de Cardiff (Reino Unido). Após trabalhar por mais de quinze anos em publicidade para moda, em um amplo leque de clientes, hoje une seu trabalho de professora com a consultoria em comunicação de moda, especialmente nas áreas de redes sociais e novos meios

## DADOS TÉCNICOS



### Promoção de moda

Gwyneth Moore

16 x 23 cm

184 páginas

ISBN: 9788565985123

Capa: Brochura

2013

**R\$ 90,00**

## Mais informação:

**DGNK** Assessoria de imprensa

Nicolau Kietzmann Goldemberg

[nicolau@dgnk.com.br](mailto:nicolau@dgnk.com.br)

11 98273-6669

11 3042-3111

Nota de imprensa

DGNK Assessoria de imprensa - Nicolau Kietzmann Goldemberg - [nicolau@dgnk.com.br](mailto:nicolau@dgnk.com.br) - 11 98273-6669