

# 12º SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E EXTENSÃO DA UEMG

## VITRINE UMA INTERFACE ENTRE O MARKETING E O DESIGN

HEIDER BRUNO REIS DE ALMEIDA

Maria Bernadete Santos Teixeira

Email para contato: heidereis@yahoo.com.br

Palavras chave: Design Efêmero, Vitrinismo, História, Projeto, Comunicação.

### VITRINE UMA INTERFACE ENTRE O MARKETING E O DESIGN

ALMEIDA, Heider Bruno Reis de  
TEIXEIRA, Maria Bernadete Santos  
FERREIRA, Alencar

#### INTRODUÇÃO

O desenvolvimento desta pesquisa parte da percepção do pouco material de referência sobre o tema vitrine, enfatizando o setor joalheiro dentro deste segmento. A comunicação entre a vitrine e o cliente é o contato mais próximo entre este e o produto. A vitrine é uma parte comunicacional direta da empresa. O estudo busca mostrar a importância do design na concepção da vitrine, através de técnicas e estudos de percepção visual.

Segundo Caleb Gattegno (1969), comenta referindo à natureza do sentido visual que, embora a visão seja um sentido natural, a mesma carece de educação significativa. Ela é veloz, ampla, simultaneamente analítica e sintética permitindo uma gama significativa de unidades de informação em uma fração de segundos.

A sintaxe visual existe. Há linhas gerais para a sua composição, neste estudo enfatizando-a na projeção da vitrine. Há elementos básicos que podem ser aprendidos e compreendidos por todos os estudiosos dos meios de design em conjunto com técnicas manipulativas para a criação de mensagens visuais claras e objetivas. O conhecimento de todos esses fatores pode levar a uma melhor compreensão da mensagem pretendida.

#### METODOLOGIA

Levantamento bibliográfico levando em consideração forças atuantes tanto no design quanto na área de marketing/ merchandising visual relevantes à composição de vitrines.

Foram abordadas técnicas visuais, estudos de materiais e cores inerentes ao campo do design e dados estatísticos vindos do marketing.

#### RESULTADOS E DISCUSSÕES

Após o levantamento bibliográfico dos dados coletados no processo metodológico foram escolhidos pontos relevantes aplicáveis à análise do que compõe o objeto de estudo.

#### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos resultados de levantamento bibliográfico foi percebido o quanto é grande e enriquecedora a participação dos estudos de design no projeto de composição de vitrines de jóias, objetos delicados e de grande valor. Em etapa posterior serão feitos estudos de caso analíticos, tendo como base a aplicação dos resultados técnicos obtidos no estudo teórico.

#### REFERÊNCIA

# 12º SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E EXTENSÃO DA UEMG

WONG, Wucius. Princípios da forma e do desenho. São Paulo: Martins Fontes, 2001.  
SILVA, Adriana Costa. Branding e Design. Rio de Janeiro: Rio Books, 2002.  
BLESSA, Regina. Merchandising no Ponto de Venda. São Paulo: Atlas, 2006.  
GUIMARÃES, Luiciano. A cor como informação – São Paulo: Annablume Editora, 2003.  
PEDROSA, Israel. Da cor a cor inexistente – Rio de Janeiro: Léo Christiano Editorial, 1999.  
ARHEIM, Rudolf. Arte e percepção visual, uma psicologia da visão criadora. São Paulo, 1986.  
DONDIS, Donis. A sintaxe da linguagem visual. São Paulo. Martins Fontes, 1997.  
GATTEGNO, Caleb. Towards a Visual Culture. New York. Outerbridge & Dienstfrey, 1969.

Instituição de Fomento: FAPEMIG