

Moda Lisboa, desfile da coleção "Butterfly", primavera-verão 2007.



CONSIDERAÇÕES FINAIS





Moda Lisboa, desfile da coleção "Butterfly", primavera-verão 2007.

As marcas são definidas por cada indivíduo que cria a sua própria versão da marca, enquanto ser racional e intuitivo que a observa como um conjunto de sensações que dela retira, o que nos permite afirmar que por trás de uma marca estão sempre presentes características complexas, que dão significado à sua existência e que, em grande medida, são intangíveis.

O design penetra em todos os ativos que compõem o valor de marca e os designers devem estar envolvidos nos processos de branding desde o início, desempenhando um papel fundamental na execução tangível da marca, sendo o design de comunicação o primeiro ativo da notoriedade desta.

Como vimos, um rebranding procura mudar perceções sobre a marca, os produtos ou os serviços, tratando-se, por isso, de uma chamada de atenção para os diversos *stakeholders*, dizendo-lhes que algo mudou. Não se trata necessariamente, como de resto acontece neste projeto, de uma rutura total, até porque não pode nem deve ser desconsiderado o património da marca. Foi, exatamente, isso que procuramos com a definição de uma nova identidade visual para a marca Maria Gambina.

Reconhecendo e procurando respeitar os valores intrínsecos da marca Maria Gambina, desenvolveu-se uma solução projetual de design de comunicação que procura uma atualização visual face aos contextos contemporâneos.

Trata-se de uma resposta encontrada que procura ser mais do que um mero exercício gráfico, mas antes o resultado de uma reflexão metodológica sobre o universo da identidade de marca e do branding em particular.

Fica o sentimento de gratidão, mas também de responsabilidade, em relação ao objeto de estudo deste projeto e às interações desenvolvidas quer com a designer Cristina Lopes, quer com a equipa de orientação, quer ainda com outras pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para a consecução dos objetivos definidos.