



## **Design Gráfico e Design de Superfície na Marca Farm: um estudo de caso**

Livia Teixeira Jorge<sup>1</sup>

Universidade Anhembi Morumbi  
Prof. Dr.<sup>a</sup> Gisela Belluzzo de Campos

Essa pesquisa aborda a Farm, uma marca de roupas com sede no Rio de Janeiro que em poucos anos tornou-se uma empresa de sucesso, tendo espalhado lojas por todo o Brasil. A marca privilegia o uso de estampas criadas especialmente por equipes de designers que lançam coleções a cada mês. Nos interessa, nesta pesquisa, demonstrar a importância da linguagem visual, do design gráfico e do design de superfície para a empresa, não apenas no modo como se configuram em suas roupas e adereços, mas sobretudo em seus produtos de divulgação e comunicação tais como logotipos, embalagens, etiquetas, websites e outros.

### **Resumo:**

**Introdução:** A Farm é uma empresa de vestuário fundada em 1997 pelos amigos Kátia Barros e Marcello Bastos que, dois anos após montarem um stand da Farm em uma feira (Babilônia Feira Hype), inauguraram a primeira loja física. Em 2010 a Farm foi incorporada pelo grupo Soma, que fundiu duas grandes marcas (Animale e Farm). A marca vem crescendo gradativamente e nos últimos anos, junto ao Grupo Soma, tem apresentado taxa média de crescimento de 10% ao ano (lucro operacional), chegando a atingir a marca de 1 bilhão de reais em receita no ano de 2018. A empresa produz roupas femininas, masculinas, infantis e acessórios, possuindo lojas em ruas e shoppings em vários estados brasileiros, além de lojas no exterior (Nova Iorque, Califórnia e futuramente em Miami, nos Estados Unidos). O diferencial da marca são as estampas focadas sobretudo no vestuário feminino e com um estilo inspirado no Rio de Janeiro.

Como várias empresas no setor da moda a Farm conta com uma grande divulgação de sua marca por meio de peças gráficas muito bem trabalhadas que podem ser vistas no website, que é também uma loja online, nas embalagens impressas, nas etiquetas, nas tags e diversas peças promocionais e também nas estampas onde pode-se estabelecer a relação entre design gráfico e design de superfície.

Nos interessa nesta pesquisa evidenciar o papel relevante do design gráfico para a divulgação e sucesso da marca. O design gráfico é responsável não apenas por veicular mensagens mas formar percepções. Sua atenção vem crescendo não apenas no âmbito do impresso mas também no âmbito dos sistemas digitais como a internet.

---

<sup>1</sup> Estudante da Graduação de Design Gráfico, livia-1512@hotmail.com



**Objetivo:** A pesquisa tem como objetivo ressaltar o papel do design gráfico para o sucesso da marca; para tanto é necessário conceituar linguagem gráfica, design gráfico e design gráfico de superfície no escopo desta pesquisa; é também objetivo da pesquisa demonstrar que uma marca de roupas utiliza diversos produtos complementares às roupas em uma coleção; bem como identificar as alterações das peças gráficas das coleções ao longo de um período e verificando as inserções de design gráfico nas roupas e adereços das coleções.

**Metodologia:** A metodologia utilizada consiste em levantar conceitos de linguagem gráfica, design gráfico e design de superfície para o escopo da pesquisa pretendida. Levantar o número de produtos envolvidos em campanhas e lançamentos de coleção da empresa que envolvem o uso do design gráfico e do design de superfície, identificando sua espécie, tais como: logotipos, websites, embalagens, etiquetas, personagens, memes, blogs, entre outros. Acompanhar o lançamento das coleções durante seis meses e acompanhar alterações nas peças gráficas. Identificar nestes produtos os elementos da linguagem gráfica usados como tipografia, cor, textura, técnicas de impressão, entre outros. Como referencial teórico estão sendo utilizados conceitos relacionados ao design gráfico, sobretudo os elaborados por LUPTON (2008) e TWEMLOW (2007), entre outros.

**Resultados e Discussão:** Até o presente, pelo número de peças gráficas envolvidas em cada coleção da marca Farm, pode-se constatar que a pesquisa é relevante para ressaltar a importância e a ampliação da atuação do design gráfico e o design de superfície. Foram levantadas até o momento cerca de 120 variações de peças como banners para o site, lookbook, ícones e chamadas encontradas no website, de maio a julho de 2019. Todas as peças possuem ligação direta com a identidade visual da Farm, bem como a identidade gráfica de cada coleção lançada.

**Conclusão:** Durante a pesquisa, foi possível evidenciar que o design gráfico e o design de superfície são peças-chave para a construção da ambientação e comunicação da marca Farm com o consumidor. Não são apenas as roupas que compõem a marca Farm como ela é, mas sim o conjunto da identidade visual e todos os materiais de apoio que existem em conjunto com as mesmas, estes sendo etiquetas, sacolas, adesivos, tags, entre outros, além do site, que contribuem diretamente para que o consumidor tenha uma experiência positiva.

**Palavras-chave:** Design Gráfico; Design de Superfície; Farm; Estamparia; Design Digital.