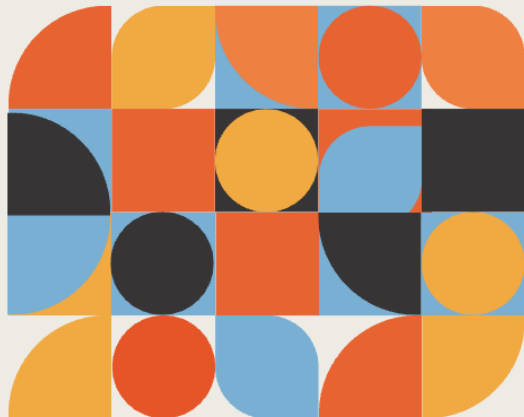




STUDIO VivArt: LOJA COLABORATIVA DE PROMOÇÃO E VENDAS PARA MARCAS ALAGOANAS

Studio VivArt: collaborative store for promotion and sales for brands from Alagoas

Santos, Leticia; Concluinte do Curso Técnico de Produção de Moda; Universidade Federal de Alagoas,
leticiarosaesilvaos@gmail.com¹

Santos, Sophia; Concluinte do Curso Técnico de Produção de Moda; Universidade Federal de Alagoas,
sophiammgds@gmail.com²

Messias, Elizete; Doutora em Comunicação e Semiótica; Universidade Federal de Alagoas,
elizete.messias@eta.ufal.br³

Resumo: Este artigo apresenta experimento prático de produção de moda, que teve como objetivo, a criação de loja colaborativa voltada à moda autoral e artesanal alagoana. O propósito proposto para a loja foi o de se constituir em espaço diverso que une moda, gastronomia, arte, música e pessoas. Para além de um ponto físico, o *Studio* foi pensado para ser apoio para artistas e mercado local na cidade de Maceió-AL. O experimento foi co-realizado na Escola Criativa em abril de 2025 como evento cultural e loja pop-up da marca *Studio VivArt*.

Palavras chave: Cultura; Moda; Loja Colaborativa.

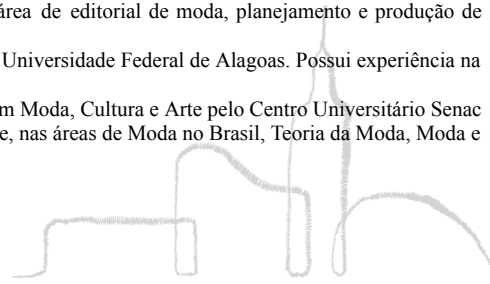
Abstract: This article presents a practical experiment in fashion production, which aimed to create a collaborative store focused on authorial and artisanal fashion from Alagoas. The purpose proposed for the store was to become a diverse space that unites fashion, gastronomy, art, music and people. In addition to being a physical location, the studio was designed to support artists and the local market in the city of Maceió-AL. The experiment was co-held at Escola Criativa in April 2025 as a cultural event and pop-up store for the Studio VivArt brand.

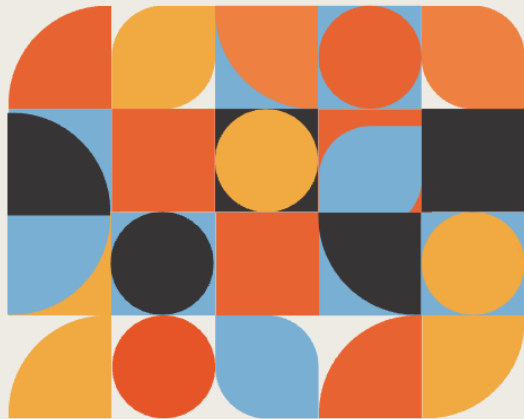
Keywords: Culture; Fashion; Collaborative Store.

¹ Discente concluinte do Curso Técnico de Produção de Moda pela ETA - Escola Técnica de Artes da UFAL - Universidade Federal de Alagoas. Bolsista do projeto de extensão Vivências Artísticas em Memórias Bioculturais Alagoanas (UFAL, 2024). Possui experiência na área de editorial de moda, planejamento e produção de eventos. Criadora da marca Artfólio da Leticia.

² Discente concluinte do Curso Técnico de Produção de Moda pela ETA - Escola Técnica de Artes da UFAL - Universidade Federal de Alagoas. Possui experiência na área de editorial de moda, desenho de moda e produção de eventos. Criadora da marca Marjorie.

³ Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2015), mestre em Moda, Cultura e Arte pelo Centro Universitário Senac São Paulo (2009) e bacharel em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (2006). Atua, principalmente, nas áreas de Moda no Brasil, Teoria da Moda, Moda e Comunicação e Marketing de Moda.



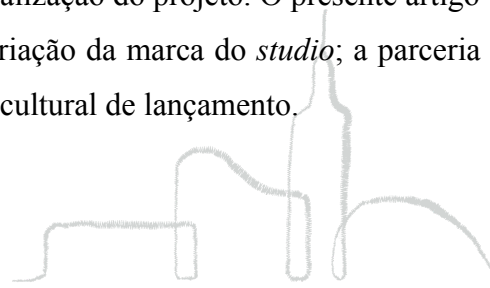


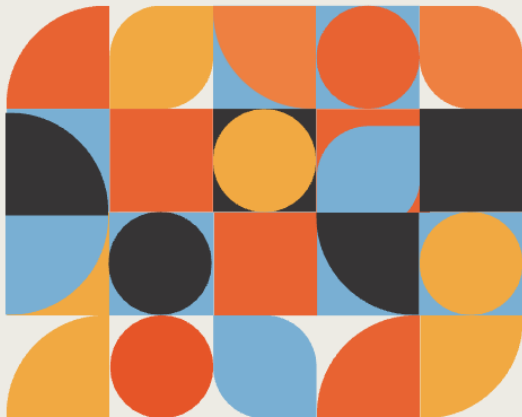
Introdução

Neste artigo, apresenta-se o resultado de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do Curso Técnico de Produção de Moda da Escola Técnica de Artes (ETA) da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), no qual foi desenvolvido o experimento prático de criação da marca *Studio VivArt*, do conceito à execução de evento cultural, enquanto proposta de Loja Colaborativa para divulgação e comercialização de marcas autorais e artesanais da moda alagoana. Elaborado por meio do projeto de negócio criativo e executado na íntegra, com o lançamento de espaço pop-up da loja em evento realizado com parceiros. A Loja Colaborativa, enquanto negócio alicerçado na ideia de espaço físico para expor produtos e serviços de artesãos, microempreendedores individuais e pequenos negócios (SEBRAE, 2025), expressa o resgate de prática historicamente existente nas relações comerciais da sociedade: o consumo colaborativo. Para Menin (2020), a principal função da Loja Colaborativa é a ressignificação da forma de consumir, mais consciente e funcional.

Com a proposta de atuação no cenário da moda autoral e artesanal local, a criação da marca *Studio VivArt* partiu da percepção de demanda oriunda de pequenas negócios, que necessitam de um espaço fixo na cidade de Maceió-Alagoas, visto que a maioria das lojas são voltadas à venda de produtos turísticos; e, os espaços colaborativos atuais na capital alagoana concentram-se na comercialização de peças de moda, derivadas do artesanato tradicional, por exemplo, de peças de vestuário com as rendas de filé e singeleza, bem como peças bordadas e em crochê, em contrapartida o *Studio VivArt* trouxe o artesanal e a moda mais autoral e moderna.

Como etapas da pesquisa exploratória e experimental, houve criação da identidade visual, campanhas de comunicação, pesquisa e curadoria de marcas e parcerias para o evento, além das estratégias de marketing e da escolha do local para efetivação do projeto de TCC. O trabalho baseou-se em livros, trabalhos científicos e matérias em sites, além de visitas técnicas em espaços que trabalhavam com colaboração artística em Maceió-AL, que atingisse uma grande variedade de público, fosse acessível e de localização adequada. A partir dessas especificações, a Escola Criativa foi o local mais indicado para realização do projeto. O presente artigo encontra-se estruturado em quatro seções, que relatam a experiência de criação da marca do *studio*; a parceria com o espaço escolhido; a pesquisa de expositores e parceiros; e, o evento cultural de lançamento.





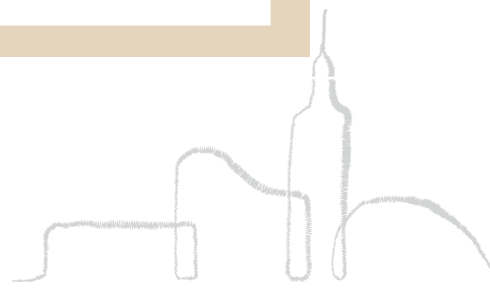
Marca do *Studio VivArt*: o processo de criação

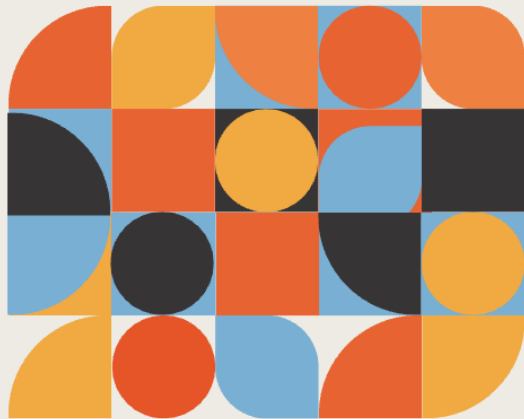
Segundo Guillermo (2007), o projeto de identidade consiste no conjunto de elementos visuais que identificam a marca, constituído por logotipo, símbolo, tipografia e cores, sendo que o primeiro passo é a escolha do nome. A palavra “*Studio*” (relativa a estúdio) no Dicionário Online de Português (DICIO, 2025b), significa “oficina de artista; gabinete de trabalho”; já, “*Viva*” exprime “aplausos, alegria e felicitações” (DICIO, 2025c); enquanto que “*Arte*” define-se como “a aptidão inata para aplicar conhecimentos, usando talento ou habilidade” (DICIO, 2025a). A junção dessas palavras-chave ocorreu de forma orgânica, resultando no *slogan*: “o espaço no qual o artista cria e celebra a vida”, representado no *namings*: *Studio VivArt*. A proposta da marca *Studio VivArt* (Figura 1), vai além da dimensão econômica, visa o compartilhamento de ideias, bens e serviços, além de contribuir para fomento local da economia criativa, enquanto incentivadora de modelos de negócio criativos e inovadores para designers, artesãos, artistas e produtores culturais, por meio do partilha do espaço físico, proporcionando experiência de compra diferenciada (*brunch, drinks, arte e música*).

Figura 1: Marca do *Studio VivArt*



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2025.





Como pode ser observado na Figura 1, a logomarca do *studio* foi composta por blocos retangulares e quadrados com diferentes dimensões e cores, formando mosaico. A palavra “*Studio*” aparece em letras maiúsculas com fonte de estilo manuscrito; e, “VIVART”, com maior peso visual e espaçamento uniforme, transmitindo criatividade e estabilidade. A combinação de cores suaves e a tipografia manuscrita, além do símbolo, sugerem que o *Studio VivArt* é voltado para atividades criativas, artísticas ou de design.

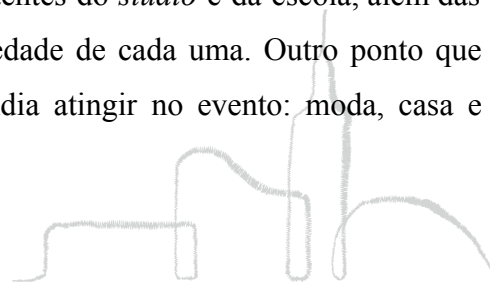
O espaço de lançamento da loja pop-up: a Escola Criativa e o evento Festtiva

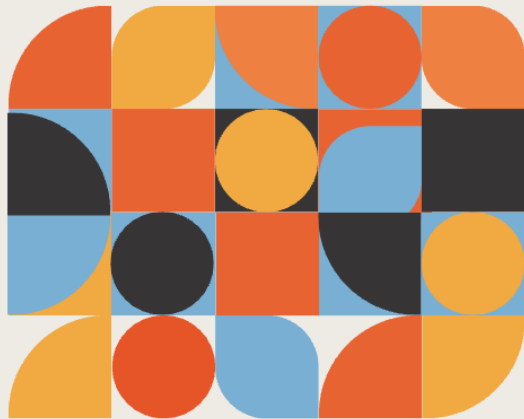
A escolha da Escola Criativa como espaço de lançamento da loja pop-up ocorreu em função da similaridade entre as ações realizadas pela escola e a energia pretendida no evento cultural, como por exemplo, o evento intitulado Festtiva. A intenção do *studio* para o espaço pop-up era que fosse como casa para as marcas e para quem fosse experienciá-la, semelhante ao que a escola é para quem a frequenta; além de formar alunos, ela forma uma grande família e é sinônimo de casa. Desde 2015, a Criativa oferece cursos nas áreas de atuação, fotografia, audiovisual, som e edição, disponibilizando uma diversidade de formações na cidade de Maceió-AL. A metodologia de ensino adotada combina teoria e prática, com atividades em sala de aula e ambientes externos, proporcionando aos alunos experiência imersiva e estímulo à criatividade. Busca facilitar a inserção e valorização dos discentes no mercado de trabalho e oferecer oportunidades para aprimoramento de habilidades.

O evento Festtiva constitui-se no evento de aniversário da Escola Criativa que surgiu com o objetivo de celebrar a evolução da instituição, proporcionando momento de confraternização para todos que passaram pelos cursos e para os que estão matriculados; e, em 2025, celebra 10 anos de existência. Assim, a edição em parceria visou reunir alunos, ex-alunos, professores e colaboradores, reforçando laços de pertencimento e reconhecimento de sua trajetória (Folha de Alagoas, 2021).

Pesquisa e curadoria para seleção das marcas e parceiros

A curadoria das marcas alagoanas foi baseada em parcerias existentes do *studio* e da escola, além das próprias marcas das autoras, visando impulsionar as vendas e a notoriedade de cada uma. Outro ponto que apoiou a pesquisa de parceiros foi a variedade de temas que se pretendia atingir no evento: moda, casa e





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

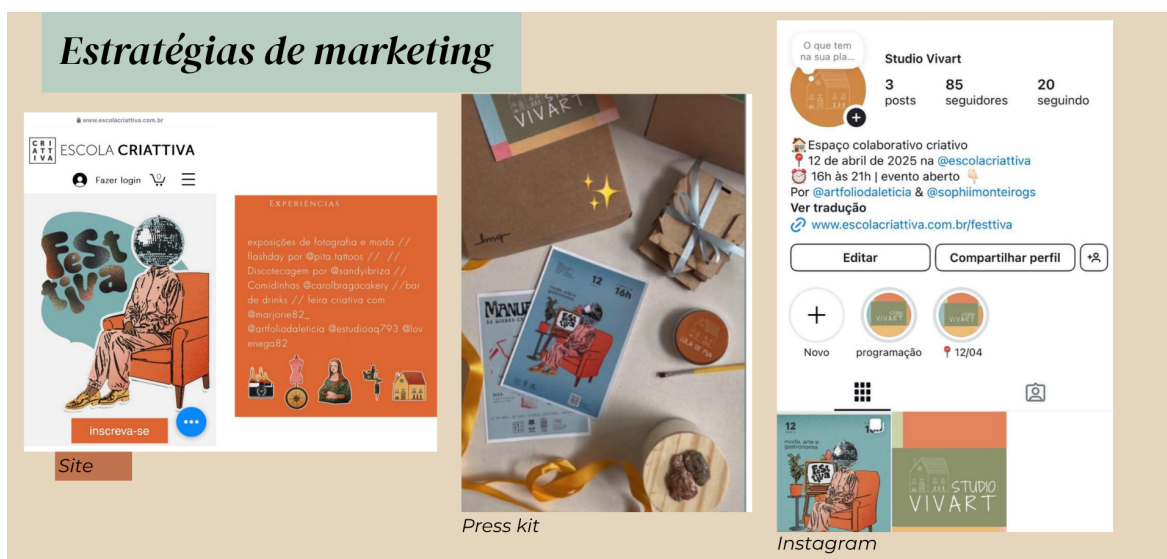
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

diversão foram alguns deles, de forma a mobilizar mais pessoas para conhecimento do trabalho autoral e do projeto da loja. As marcas participantes tiveram a função de expor e comercializar seus produtos e serviços, contribuindo para a diversidade da loja pop-up e para a criação de experiência única para os consumidores.

Estratégias de marketing digital e orgânico

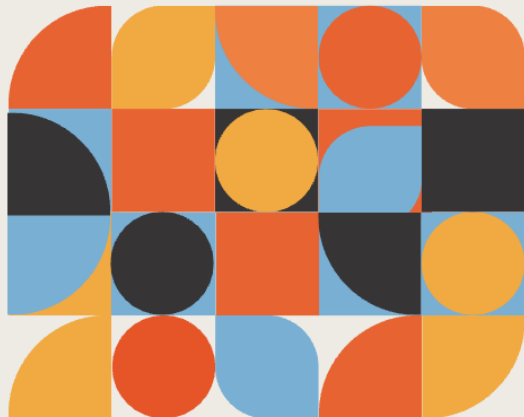
Duas das principais razões pelas quais o marketing digital é importante para pequenas empresas e permite que alcancem um público maior em comparação com as abordagens de marketing tradicionais incluem: alcance e visibilidade (Sielo Felin, 2024). Para divulgação do evento Festiva pelo *studio* foram realizadas as seguintes estratégias de marketing digital: criação da conta no Instagram do *Studio VivArt*; divulgação no site da Escola Criativa e envio de *press kits* para docentes, expositores e *influencers* da moda local (Figura 2).

Figura 2: Estratégias de divulgação



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2025.

A criação de perfil no Instagram para o *studio* constituiu-se na primeira estratégia para divulgar o evento “Festiva por VivArt”, além das informações de: local, horário, retirada de ingressos e programação. A



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

segunda foi a divulgação no site da Criattiva, que foi fundamental para controle e retirada dos ingressos, bem como para gestão da entrada e participação no dia do evento. A entrada foi gratuita, sendo delimitado o número total de inscritos de 330 pessoas. Foi realizado *post* no Instagram da escola em colaboração com o do *studio*.

Figura 3: *Press kits* para divulgação

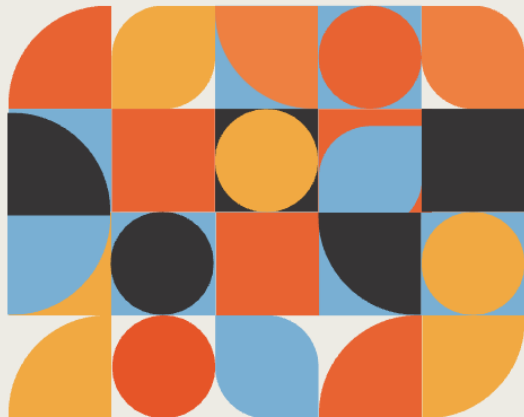


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2025.

Contudo, a principal estratégia de marketing foi o envio de 20 *press kits* para docentes da ETA-UFAL, expositores e *influencers* de Maceió-AL, que compartilhavam com seus seguidores a mesma essência e estética do *Studio VivArt*. Dentro do *press kit* (Figura 3), havia vela aromática com tampa de quartzito, casa de MDF, cola, pincel, cartaz de divulgação, manual de instruções de montagem da casa de MDF e convite personalizado.

O evento “Festiva por Vivart”

Produzido pelo *Studio VivArt* – loja colaborativa voltada à moda alagoana – e co-realizado com a Escola Criattiva, o evento “Festiva por Vivart” foi a primeira edição de 2025 para fomentar o mercado autoral da capital, unindo moda, gastronomia, arte, música e pessoas. O evento alcançou a visitação de 300 pessoas das



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

16h às 21h do dia 12 do mês de abril. Foram criados 11 ambientes de interação e integração, distribuídos da entrada da casa às primeiras salas da escola, passando pela área de jardim e terraço, como mostra a Figura 4.

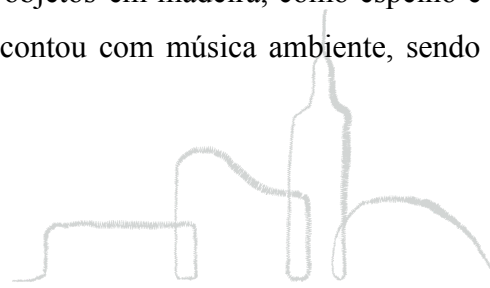
Figura 4: Planta 3D do espaço

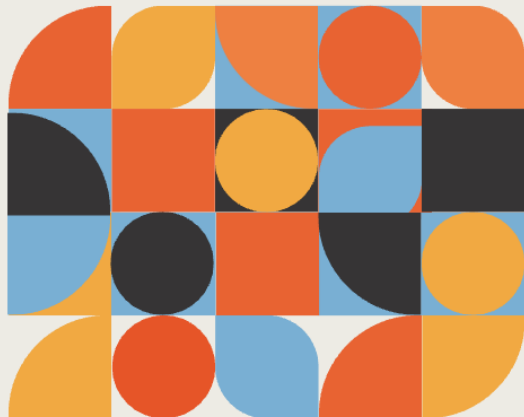


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2025.

A principal preocupação do *Studio VivArt* foi o conforto de todos – visitantes, expositores, apoiadores e parceiros, por meio dos espaços de convivência (2, 4, 9 e 12). Da entrada (5) a cafeteria (8), foi criada experiência imersiva para o público visitante com a Casa Interativa (6): passagem em formato de casa para as pessoas interagirem, explorando o seu potencial criativo, ao enfeitarem a estrutura com linhas de fio de malha na paleta de cores da marca, além das exposições de fotografias dos alunos da escola na Galeria Criativa (7) e de discentes de moda da ETA-UFAL (11). O evento “Festiva por VivArt” contou com bar (1 e 3), cafeteria em parceria com confeitaria local e feirinha criativa para ampliar a experiência do público na loja pop-up (10).

O espaço da escola colaborou na ambientação do evento, proporcionando ambiente aconchegante para que as pessoas tivessem a sensação de lar. Foram usados flores secas e objetos em madeira, como espelho e móveis que agregaram essa estética. Durante todo o período, o evento contou com música ambiente, sendo finalizado por DJ que tocou nas duas últimas horas (19h às 21h).





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Figura 5: Evento “Festiva por VivArt”

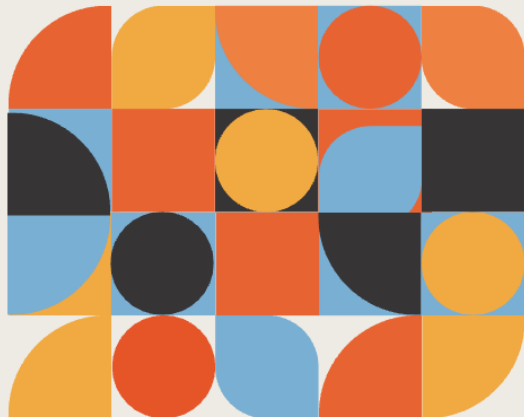


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2025.

Alguns desafios foram enfrentados durante a pré-produção. Foram registradas dificuldades na captação de patrocínios e na obtenção de verba necessária para a organização do evento. Contudo, mediante ampla rede de apoio e empenho das produtoras, o evento foi executado com êxito e responsabilidade, sendo constatado que os aprendizados do processo de produção foram imensuráveis, abrangendo curadoria, planejamento, logística e relacionamento interpessoal.

Considerações Finais

O evento “Festiva por VivArt” foi idealizado com o propósito de unir moda, gastronomia, arte, música e pessoas em loja pop-up do *Studio VivArt* e realizado na Escola Criattiva em 2025 para celebração à criatividade autoral local, atingindo público de 300 pessoas no período de 5 horas de programação (16h às 21h), cuja visitação atingiu auge de público das 17h às 18h, momento em que todos os espaços interativos foram



20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

amplamente explorados. A feirinha, o bar, a cafeteria e os ambientes de convivência foram vivenciados pelos presentes, resultando em significativa troca de experiências e interação, validada nos registros fotográficos. Por meio do respeito, diálogo contínuo e comprometimento, todas as etapas do experimento prático fluíram e foram executadas pela marca e loja pop-up *Studio VivArt*, alcançando seu objetivo: o evento “Festiva por VivArt”.

Referências

ARTE. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2025a. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/arte/>>. Acesso em: 28 abr. 2025.

ESTÚDIO. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2025b. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/estudio/>>. Acesso em: 28 abr. 2025.

FOLHA DE ALAGOAS. **Escola Criattiva abre inscrições para curso de Fotografia com Gabriel Moreira.** Publicado em 25 de maio de 2021. Disponível em: <<https://folhadealagoas.com.br/2021/05/25/escola-criattiva-abre-inscricoes-para-curso-de-fotografia-com-gabriel-moreira/>>. Acesso: 27 abr. 2025.

GUILLERMO, Alvaro. **Branding:** design e estratégias de marcas. São Paulo: Demais Editora, 2007.

MENIN, Ana Lima. **Moda colaborativa:** a nova tendência do varejo de moda. Trabalho de Graduação (Arquitetura e Urbanismo) – Universidade de Marília, 2020. Disponível em: <https://issuu.com/analimamenin/docs/tfg_unimar_2020_acervo>. Acesso em: 28 abr. 2025.

SEBRAE. **Loja colaborativa.** Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/loja-colaborativa,8af2251092cff610VgnVCM1000004c00210aRCRD#apresentacao-de-negocio>>. Acesso em: 28 abr. 2025.

SIELO FELIN, Rayane. A importância do marketing digital para pequenas empresas. **Saber Humano: Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti**, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 71–81, 2024. DOI: 10.18815/sh.2024v1n1.666. Disponível em: <https://saberhumano.emnuvens.com.br/sh/article/view/666>. Acesso em: 26 jun. 2025.

VIVA. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2025c. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/viva/>>. Acesso em: 28 abr. 2025.

