



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
GRADUAÇÃO EM DESIGN-MODA**

AMANDA CAMPÊLO MACIEL BAIMA DE MESQUITA

ENSAIO FOTOGRÁFICO PARA O *INSTAGRAM* DA PIMENTÁ

FORTALEZA

2017

AMANDA CAMPÊLO MACIEL BAIMA DE MESQUITA

ENSAIO FOTOGRÁFICO PARA O *INSTAGRAM* DA PIMENTÁ

Estudo realizado como exigência para conclusão da atividade curricular intitulada Trabalho de Conclusão de Curso – TCC I, ofertada pelo curso Design-Moda, pertencente ao Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará (UFC).

Orientadora: Profa. MSc. Adriana Leiria Barreto Matos

FORTALEZA

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

M543e Mesquita, Amanda Campêlo Maciel Baima de.
Ensaio fotográfico para o Instagram da Pimentá / Amanda Campêlo Maciel Baima de Mesquita. –
2017.
17 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e
Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2017.
Orientação: Profa. Ma. Adriana Leiria Barreto Matos.

1. Ensaio fotográfico. 2. Moda. 3. Instagram. 4. Pimentá. I. Título.

CDD 391

AMANDA CAMPÊLO MACIEL BAIMA DE MESQUITA

ENSAIO FOTOGRÁFICO PARA O *INSTAGRAM* DA PIMENTÁ

Estudo realizado como exigência para conclusão da atividade curricular intitulada Trabalho de Conclusão de Curso – TCC I, ofertada pelo curso Design-Moda, pertencente ao Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará (UFC).

Orientadora: Profa. MSc. Adriana Leiria Barreto Matos

Aprovada em: 20/07/2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª MSc. Adriana Leiria Barreto Matos (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^ª MSc. Eveline Maria de Azevedo Silveira
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Esp. Davi Sombra Montenegro
Universidade Federal do Ceará (UFC)

RESUMO

O presente trabalho apresenta todo o processo necessário para realizar um projeto de produção de moda com foco em uma produção fotográfica exclusiva para o *Instagram*. A marca escolhida como objeto neste estudo é a Pimentá, empresa cearense de moda feminina, e tem o propósito de criar uma proposta de conteúdo que valorize a comunicação visual do perfil da marca nesta rede social, buscando reforçar sua identidade e gerar vontade de consumo sob seus produtos. Após o desenvolvimento do *briefing* e do conceito, e da organização e *styling* do ensaio, o projeto foi executado, e espera assim, alcançar o efeito pretendido com as imagens resultantes do mesmo.

Palavras-chave: Ensaio fotográfico; Moda; *Instagram*; Pimentá.

ABSTRACT

This paper elucidates all the process necessary to carry out a fashion production project focusing on an exclusive photographic production for Instagram. The brand chosen as the object in this study is Pimentá, a women's fashion company from Ceará, with the purpose of creating a content proposal that values the visual communication of the brand profile in this social network, seeking to reinforce its identity and generate consumer desire over its products. After the development of the briefing and concept, and the organization and styling of the photoshoot, the project was executed, and thus aims to achieve the desired effect with the resulting images.

Keywords: Photoshoot; Fashion; Instagram; Pimentá.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – <i>Briefing</i> do Projeto.....	13
Tabela 2 – Cronograma de Atividades.....	15
Tabela 3 – Planilha de Custos.....	16

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 APRESENTAÇÃO DA PIMENTÁ	9
3 JUSTIFICATIVA	10
4 OBJETIVOS	11
4.1 Objetivo Geral	11
4.2 Objetivos Específicos.....	12
5 CONCEITO	12
6 METODOLOGIA.....	13
6.1 Briefing	13
6.2 Planejamento e Cronograma das Atividades da Equipe	15
6.3 Processo de Aquisição/Empréstimo de Materiais.....	15
6.4 Orçamento do Projeto	16
REFERÊNCIAS	17

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho se propõe a produzir um ensaio fotográfico para a marca de vestuário feminino Pimentá, no qual o material resultante do ensaio seria veiculado nas suas redes sociais, mas com foco específico no *Instagram*¹, com a finalidade de alimentar a sua rede social de maior alcance, objetivando assim gerar desejo sob suas peças e atrair clientes. Ele foi realizado para servir como avaliação para o Trabalho de Conclusão de Curso I (TCC I) – Projeto de Moda, do curso de Design-Moda na Universidade Federal do Ceará (UFC).

O Projeto Executivo está dividido em cinco partes: na primeira, conhecemos um pouco da história da Pimentá e sobre a personalidade da marca; nos dois itens seguintes discutiremos sobre as justificativas, objetivos gerais e específicos que fundamentaram este estudo; em seguida abordamos o conceito desenvolvido para o ensaio fotográfico; por fim, detalhamos a metodologia utilizada para embasar o desenrolar criativo do *photoshoot*² (que está ilustrado no Portfólio Criativo). Este trabalho fez uso da proposta de *briefing* sugerida por Phillips (2008), e baseou-se em obras como as de Cobra (2010), McAssey e Buckley (2013) e Carvalhal (2014).

¹ *Instagram*: Rede social criada em outubro de 2010 para compartilhamento de fotos e vídeos. Pertence ao *Facebook* desde abril de 2012.

Disponível em <http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2016/02/o-que-e-o-instagram.html>
Acesso em 20/06/2017.

² *Photoshoot*: sessão de fotos. (Tradução livre). Também pode ser chamado de *shooting*.

2 APRESENTAÇÃO DA PIMENTÁ

A Pimentá foi criada em 2008 a partir da paixão por moda de duas amigas, a publicitária Priscilla Ramos e a dentista Talita Bezerra. Elas decidiram criar uma marca de vestuário feminino que fosse “a cara” delas: jovial, leve, colorida, de bem com a vida. O nome da marca foi escolhido baseado em como elas são chamadas carinhosamente por amigos e familiares, Pi e Tá. Da sonoridade dos apelidos surgiu a ideia da pimenta acentuada: Pimentá.

Ao longo dos seus nove anos de existência, a marca já atuou ativamente nos seguimentos de atacado e varejo, mas hoje concentra-se apenas no segundo. Dispõem de uma única loja física, localizada na Avenida Santos Dumont, 3765, em Fortaleza, e também realizam vendas online no seu próprio site. É considerada uma microempresa, produzindo apenas uma média de 500 peças por mês³. Na sua fábrica, trabalham a estilista Nathália Medeiros, que é auxiliada por duas estagiárias de Design-Moda, compondo o setor de estilo. Já na produção, existem uma modelista que também é a pilotista, um cortador e uma revisora de peças que também é a responsável pelos acabamentos, totalizando assim seis funcionários. Além de passar por estes profissionais, todas as peças também vão para costureiras em diferentes lugares da cidade, caracterizando a produção como parcialmente terceirizada. As roupas são feitas somente com tecidos planos, especificamente viscose, crepe e linho.

O público-alvo da Pimentá é composto por mulheres de espírito jovem, que gostam de vestir muitas cores e estampas, que apreciam a natureza, arte e gastronomia, e que prezam sempre por conforto onde quer que estejam, seja em um dia atarefado no trabalho ou em um passeio no parque num fim de tarde. Conforto este, aliás, que é uma das principais características de suas peças, que valorizam o estilo básico, mas que sempre têm nos detalhes um diferencial.

³ Valores do ano de 2016 obtidos através de entrevista com a estilista da marca em junho de 2017.

3 JUSTIFICATIVA

A escolha por realizar um trabalho de Produção de Moda se deu pela afinidade da autora com a área, em especial por ter que lidar também com o setor de *styling*⁴. De acordo com McAssey e Buckley (2013), um *stylist* é o profissional responsável por produzir e/ou escolher roupas, acessórios e até mesmo adereços e objetos que podem compor o cenário de ensaios fotográficos e desfiles. Sua função é combiná-los da forma mais atraente e desejável possível, para que assim sejam vendidos.

O desenvolvimento do *photoshoot* para a Pimentá é classificado como uma produção de moda para projetos comerciais, pois, ainda segundo McAssey e Buckley (2013), é quando as imagens são feitas apenas para promover uma única marca, loja ou designer. É uma ferramenta de marketing para causar desejo no público consumidor da marca em questão.

A decisão por divulgar o material da sessão de fotos somente no *Instagram* (existindo também possibilidade de selecionar algumas fotos para compartilhar no *Facebook*), partiu do fato que esta rede social é, atualmente, um instrumento aliado das marcas em geral para anunciar seus produtos, visto que é uma plataforma na qual não se tem nenhum gasto financeiro para fazer parte e é extremamente popular dentre todas as classes sociais. O Brasil é o segundo país com o maior número de pessoas inscritas, com mais de 29 milhões de usuários ativos por mês⁵. Através do *Instagram*, postando fotos e vídeos bem elaborados, pode-se conseguir fortalecer a imagem da marca. Estreitam-se laços com os clientes, pois é um meio onde há uma interação muito rápida, e, muitas vezes, as marcas vão sendo descobertas por novos consumidores em potencial. O perfil da Pimentá no *Instagram* é seguido por mais de 15 mil usuários, composto em 90% por mulheres, em sua maioria na faixa etária entre 25 e 44 anos e que residem em Fortaleza. Suas publicações têm em média um alcance de 6 mil pessoas por semana⁶.

Isto posto, podemos concluir que é interessante criar um conteúdo diferenciado e exclusivo para aproveitar este marketing digital gratuito e de fácil acesso. Conteúdo este

⁴ *Styling*: é o termo utilizado para denominar a criação de imagem de moda, que tem como finalidade tornar o produto de moda mais atraente e reforçar o conceito do mesmo. Disponível em: <http://www.tendere.com.br/blog/2014/03/31/profissoes-na-moda-stylist-e-produtor-de-moda/>. Acesso em 22/07/2017.

⁵ Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2016/02/o-que-e-o-instagram.html> Acesso em 20/06/2017.

⁶ Dados obtidos através da conta de Instagram da própria Pimentá. Acesso em 20/06/2017.

que vá além das fotos de *lookbook*⁷ que sempre são feitas para lançar cada coleção da Pimentá, mantendo assim o perfil da empresa no *Instagram* movimentado e harmonioso. É importante ressaltar que nos períodos entre coleções e/ou para divulgar promoções e eventos, ou celebrar datas comemorativas, algumas imagens são postadas sem a alta qualidade necessária. Frequentemente estas imagens não ficam harmoniosas, se analisadas observando a sequência do *feed*⁸ no perfil por inteiro da marca.

Embora os produtos consigam transmitir uma ou algumas ideias e auxiliar no processo de construção de significado de uma marca, é por meio das imagens que as marcas tem a chance de estabelecer uma comunicação mais clara, que dá contexto às roupas e inserem a coleção em um ambiente que ajuda na significação e comunicação das ideias por trás da marca. (CARVALHAL, 2014, p. 255)

Portanto, é fundamental que, para que haja uma boa curadoria de imagens e mantenha-se um *feed* coerente no *Instagram*, preservando e aumentando o nível de desejo em torno de seus produtos, a marca de moda deva investir para veicular sempre um material de alta qualidade, para assim permanecer na mente de seus clientes. Fazendo com que eles comprem o produto final e deem o retorno que a marca espera.

4 OBJETIVOS

4.1 Objetivo Geral

Produzir um ensaio fotográfico para o *Instagram* que exprima a identidade da Pimentá e que consiga reforçar sua conexão com seu público-alvo, criando assim desejo de consumo em torno de seus produtos.

⁷ *Lookbook*: livro de *looks*. (Tradução livre). Um *lookbook* é composto por fotos que exemplificam como peças de uma coleção de uma determinada marca podem ser combinadas.

Disponível em: <https://www.fashionlearn.com.br/blog/o-que-e-lookbook/>. Acesso em: 15/07/2017.

⁸ *Feed*: Alimento. (Tradução livre). Nas redes sociais quer dizer a área onde estão suas publicações e as áreas das publicações dos demais usuários.

4.2 Objetivos Específicos

- Criar uma proposta de conteúdo que valorize a comunicação visual do perfil da Pimentá no *Instagram*
- Evidenciar a identidade descontraída e leve da marca.
- Reforçar a fidelidade do público consumidor da empresa.
- Atrair novos consumidores.

5 CONCEITO

O ponto de partida para definir o conceito do ensaio fotográfico veio através de uma análise da identidade da marca. A partir de entrevistas com uma das donas e com a estilista da Pimentá, bem como através de sua própria experiência trabalhando na fábrica (a autora estagia há seis meses no setor de estilo da Pimentá), foi possível compreender a essência da marca, para só assim pensar em como transmiti-la na criação das imagens.

Fez-se bastante uso do *Pinterest*⁹ na busca de referências imagéticas para o ensaio, chegando assim na ideia de que o *shooting*¹⁰ teria o conceito de “uma tarde divertida no parque com as amigas”. As imagens inspiracionais foram salvas em um painel no próprio *Pinterest* que foi enviado para toda a equipe escolhida para participar do projeto.

Registrar informações dessa maneira permite que você expresse suas ideias visualmente para o resto da equipe criativa. As ideias podem florescer à medida que o grupo reage a essas informações, contribuindo com seus pensamentos e com o modo como visualizam e interpretam a narrativa. (McASSEY e BUCKLEY, 2013, p. 118.)

Para modelar, foram escolhidas três jovens mulheres com diferentes biótipos, na tentativa de representar a beleza das mulheres reais, não reforçando o padrão de magreza e altura que se costuma ver em anúncios de moda. Através de entrevistas com as duas vendedoras da única loja da marca, tomou-se conhecimento de que, já há algum tempo,

⁹*Pinterest*: é uma rede social que permite compartilhamento de imagens. Pode-se criar vários *boards* (quadros, em tradução livre) de acordo com os interesses do usuário. É bastante utilizada para busca de imagens inspiracionais no ramo da moda.

Disponível em: <http://www.marketingtecnologico.com/Artigo/o-pinterest-de-a-a-z-o-que-e-para-que-serve-e-como-funciona> Acesso em: 25/06/2017.

¹⁰ Mesmo significado de *photoshoot*.

algumas das clientes da Pimentá comentam que acham as moças que fazem as fotos das campanhas da marca muito magras. Neste ponto também pesou a informação de que um considerável número de clientes são mulheres que estão acima do peso. Então, a decisão por seguir este caminho se deu com o intuito de que as clientes da marca se enxergassem nas imagens, sentindo-se representadas, para que percebam que a Pimentá também é uma empresa que exalta a beleza feminina natural, podendo assim, com essa postura, cativar ainda mais suas clientes e conquistar novas.

Para fazer o *styling* do ensaio foi necessário ir na fábrica e na loja da Pimentá, já que a ideia era a de realizá-lo misturando peças da coleção vigente na loja, a de Inverno 2017, com algumas das peças piloto da próxima coleção a ser lançada, o Verão 2018. Foi feito desta maneira para que algumas das fotos já pudessem ser postadas neste período entre coleções, como também para que tivéssemos algum material com peças que serão novidade apenas em agosto de 2018. É interessante misturar peças de duas coleções diferentes porque podemos fazer com que as peças antigas sejam vistas de uma outra forma, reavivando o desejo sob elas, fazendo-as parecer novidade outra vez, podendo assim acentuar as vendas de determinadas peças que estejam paradas em estoque.

6 METODOLOGIA

6.1 *Briefing*

Este trabalho teve início por meio de uma pesquisa geral sobre a marca que a autora decidiu representar no *shooting*. A partir disso foi desenvolvido o *briefing*, que, de acordo com Phillips (2008), é uma forma de reunir diversas informações significativas para os indivíduos envolvidos em um projeto de design. Além de dever ser preparado em conjunto por esta equipe, para que cada um contribua à sua maneira apontando o que acha relevante, ainda segundo Phillips (2008), o *briefing* não tem um modelo fixo pré-determinado que precisa ser rigorosamente seguido para ser eficiente. Ele pode e deve ser adaptado de acordo com as exigências de cada projeto.

O *briefing* preparado para esta produção teve suas informações extraídas das entrevistas com as donas e a estilista da marca, e de análises feitas através das redes sociais e site da Pimentá.

Tabela 1 – *Briefing* do Projeto

TÓPICOS BÁSICOS	CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
Análise Setorial	Marca	Pimentá Indústria e Comércio de Confeções Ltda-Me
	Produto	Ensaio fotográfico para a Pimentá.
	Orçamento	R\$300
	Promoção	Divulgação parcial da marca via redes sociais.
	Estudo de Tendências	As tendências apontadas através de estudo da marca e de suas clientes foram: ambiente claro, rodeado por natureza, estilo colorido, leve e descontraído.
	Concorrentes	Malagueta, Totem, Sacada, Farm.
	Estratégia da Empresa	Promover seus produtos investindo na área de marketing digital.
Público Alvo	Sexo	Feminino
	Faixa Etária	25 a 45 anos
	Nível de Renda	Classes A e B
	Hábitos de Consumo	Mulheres atentas as novidades, não só com relação a moda, mas em todos os acontecimentos mundiais. Estão sempre conectadas as redes sociais.
Portfólio da Empresa	Imagem Corporativa	Imagem jovem, serena, espontânea, que aproveita o lado bom da vida. Forte uso do Instagram para divulgar esta imagem.
	Segmentação de Mercado	Jovens mulheres independentes, muitas vezes já tem filhos e que consomem moda com estilo básico e confortável, sem deixar de ser alegre/vibrante.
Natureza do Projeto e Contexto	Justificativa	Conseguir exprimir em imagens a identidade da Pimentá para assim alimentar seu Instagram com conteúdo coerente.
	Objetivos do Projeto	Produzir um ensaio que crie imagens de qualidade e que gerem desejo de consumo dos produtos da marca.
	Resultados Desejáveis	Tornar o <i>feed</i> do Instagram da marca mais harmonioso e visualmente atrativo. Fidelizar público-alvo.

Fonte: Adaptado de Phillips (2008)

6.2 Planejamento e Cronograma das Atividades da Equipe

Visando uma melhor forma de organizar e cumprir as tarefas necessárias para a realização deste ensaio fotográfico, foi estruturado um cronograma de atividades que pode ser visto na página seguinte.

Tabela 2 – Cronograma de Atividades

Data	Atividade
26/05/2017	Definição do tema
29 e 31/05/2017	Pesquisa e entrevistas sobre a Pimentá
02/06/2017	Desenvolvimento do <i>briefing</i>
05/06/2017	Conceito definido
07 a 10/06/2017	Escolha de toda a equipe de produção
14/06/2017	Coleta das peças
15/06/2017	Mapeamento da locação das fotos + <i>Styling</i>
16/06/2017	Montagem de <i>storyboard</i> + Preparação de material para o <i>photoshoot</i>
17/06/2017	<i>Photoshoot + Making Off</i>
20/06/2017	Seleção das fotos
20 a 25/06/2017	Tratamento de imagens
27/06 a 03/07/2017	Montagem de Portfólio Criativo
14/07/2017	Impressão prova do Portfólio Criativo
17/07/2017	Entrega do material final para os componentes da banca
18/07/2017	Impressão final do Portfólio Criativo
20/07/2017	Apresentação de TCC I – Projeto de Moda

Fonte: Tabela produzida pela autora.

6.3 Processo de Aquisição/Empréstimo de Materiais

A Pimentá disponibilizou mediante assinatura de recibo todas as roupas utilizadas no *shooting*, como também os colares de elástico e pano. Os calçados e demais acessórios são do acervo da autora e das modelos. Todos os objetos que compõem o cenário das fotos (almofadas, toalha quadriculada, violão) foram obtidos por meio de empréstimo via colaboradores. Os cachorros que também aparecem como elementos de cena, bem como

suas coleiras e guias, são da autora. Os produtos de maquiagem utilizados para fazer a beleza das modelos são todos da maquiadora do ensaio.

6.4 Orçamento do Projeto

Não houve despesas com cachê para nenhum membro da equipe que trabalhou no ensaio fotográfico. Todos se dispuseram a ajudar sem lucrar financeiramente, e com a finalidade de adicionar material em seus portfólios pessoais, no caso da fotógrafa e da maquiadora. Os gastos se deram com o combustível necessário para o transporte de ida e volta até a locação das fotos (dia do mapeamento e dia do *photoshoot*), e com o *catering*¹¹. O total gasto durante toda a execução deste projeto ficou dentro do limite previsto no *briefing*, que era de trezentos reais.

Tabela 3 – Planilha de Custos

Material	Custo
Transporte (Combustível)	R\$ 50,00
<i>Catering</i>	R\$ 100,00
Impressões de Projeto Executivo + Portfólio Criativo	R\$ 113,00
Total	R\$263,00

Fonte: Tabela produzida pela autora.

¹¹ *Catering*: trabalho em que se faz e serve refeições. (Tradução livre). É um tipo de serviço que providencia um suprimento de comida preparada previamente para servi-lo em diferentes lugares.

REFERÊNCIAS

CARVALHAL, A. **A Moda Imita a Vida: Como construir uma marca de moda**. 1 ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Rio de Janeiro, 2014.

COBRA, Marco Henrique Nogueira. **Marketing & Moda**. 2 ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2007.

JOFFILY, Ruth; ANDRADE, Maria de. **Produção de Moda**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2013.

McASSEY, Jacqueline; BUCKLEY, Clare. **Styling de Moda**. Porto Alegre: Editora Bookman, 2013.

PHILLIPS, Peter L. **Briefing: A Gestão do Projeto de Design**. São Paulo: Editora Blucher, 2008.

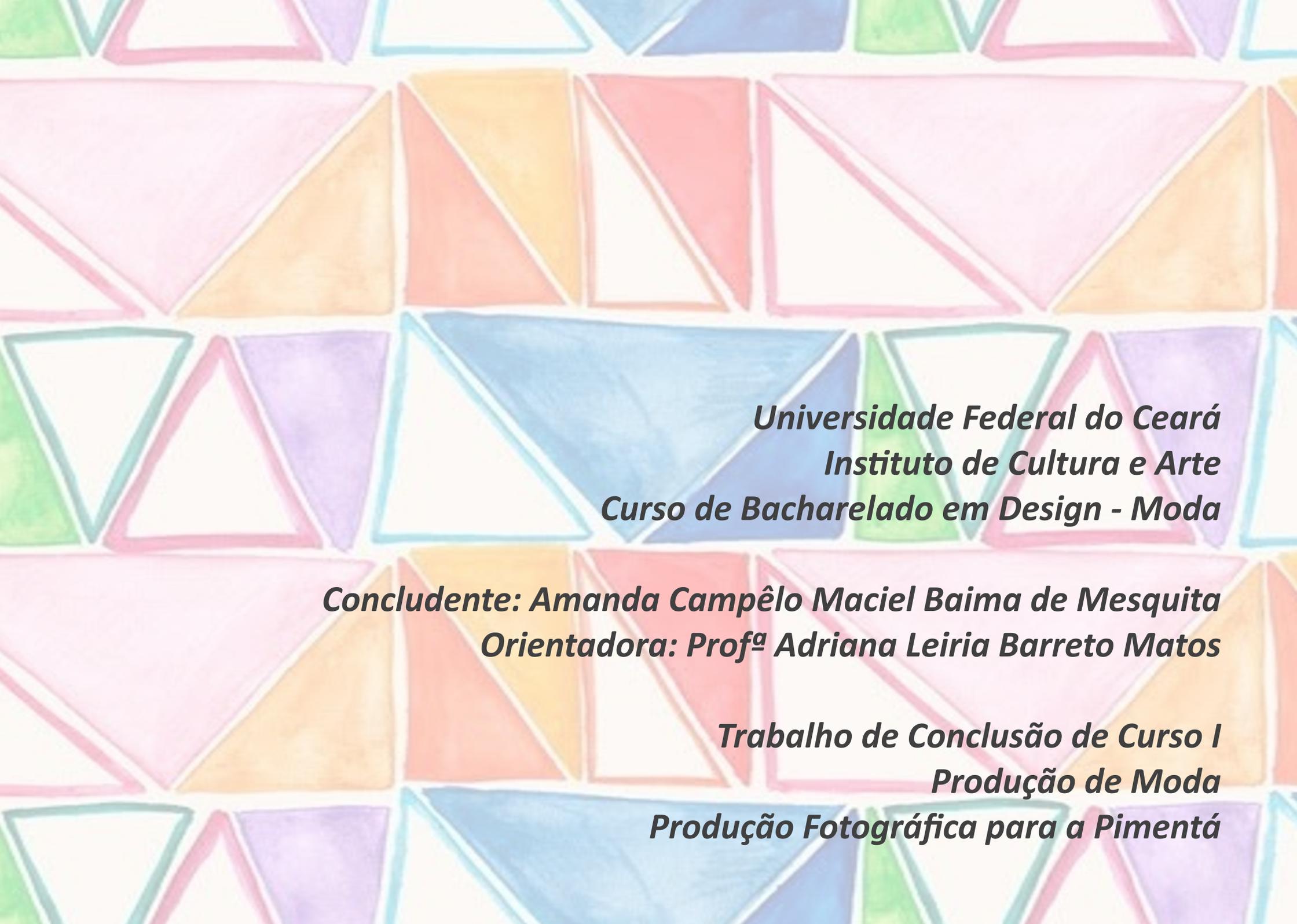
Blog Tendere, **Profissões na moda: Stylist e Produtor de Moda**. Disponível em: <http://www.tendere.com.br/blog/2014/03/31/profissoes-na-moda-stylist-e-produtor-de-moda/>. Acesso em: 22 de julho de 2017.

Fashion Learn, **O que é um lookbook?** Disponível em: <https://www.fashionlearn.com.br/blog/o-que-e-lookbook/>. Acesso em 15 de julho de 2017.

Marketing Tecnológico, **O Pinterest de A à Z: O que é, para que serve e como funciona**. Disponível em: <http://www.marketingtecnologico.com/Artigo/o-pinterest-de-a-a-z-o-que-e-para-que-serve-e-como-funciona>. Acesso em: 25 de junho de 2017.

TechTudo, **O que é o Instagram?** Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2016/02/o-que-e-o-instagram.html>. Acesso em: 20 de junho de 2017.

pimentá



***Universidade Federal do Ceará
Instituto de Cultura e Arte
Curso de Bacharelado em Design - Moda***

***Concludente: Amanda Campêlo Maciel Baima de Mesquita
Orientadora: Prof^a Adriana Leiria Barreto Matos***

***Trabalho de Conclusão de Curso I
Produção de Moda
Produção Fotográfica para a Pimentá***

pt. | painel temático 1

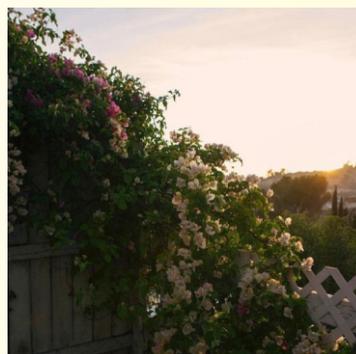
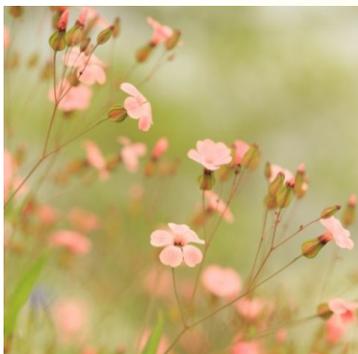
Conceito do Marca



A Pimentá exalta a mulher de espírito jovem, leve e alegre, que adora o colorido das estampas e preza pelo conforto. Ela aprecia estar em lugares ao ar livre, aproveitando e compartilhando momentos felizes ao lado de quem ama.

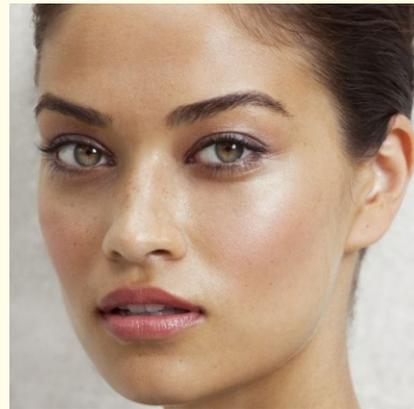
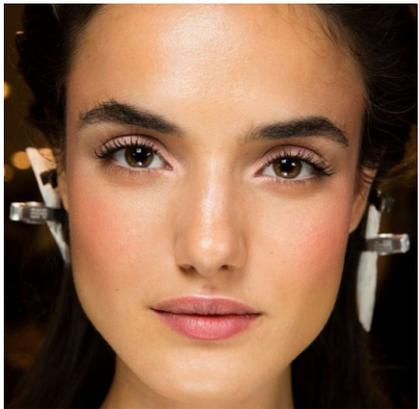
pt.) painel temático 2

Conceito do Ensaio



Amigas se divertindo juntas
num fim de tarde no parque.

mh. | make & hair



Cabelos soltos ao natural.
Maquiagem não muito elaborada, com pele bem feita e iluminada, mas com um ar *fresh* e despreocupado.

pa. | painel de atitude



Descontraída, serena,
sorridente, radiante.

mo.) making off

Recursos Humanos e Materiais

Produção e Styling

Amanda Baima

Fotografia

Marianna Calixto

Modelos

Brenna Travassos

Kaline Maciel

Milena Beleza

Beleza

Thalita Medeiros

Locação

Parque do Cocó

Assistência de Produção

Andréa Maciel

Fernando Castro

Catering

Andréa Maciel

Recursos Materiais

Carros para transporte,
mala, roupas, acessórios,
objetos de cena,
alimentação

styling



cenário e
objetos de cena

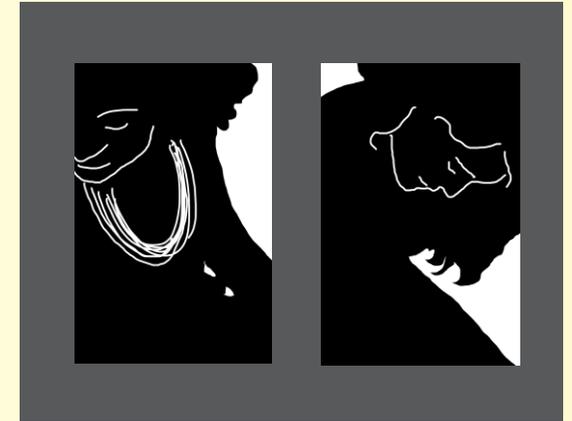
bastidores



sa.) storyboard



coletivas



detalhes em foco



individuais

@pimentah
um ensaio exclusivo para o Instagram



Milena veste
macaquinho
Jasmin



Brenna veste
saia Maria e
blusa Melina

No detalhe, amarração
da saia Maria e a
estampa Veleiros



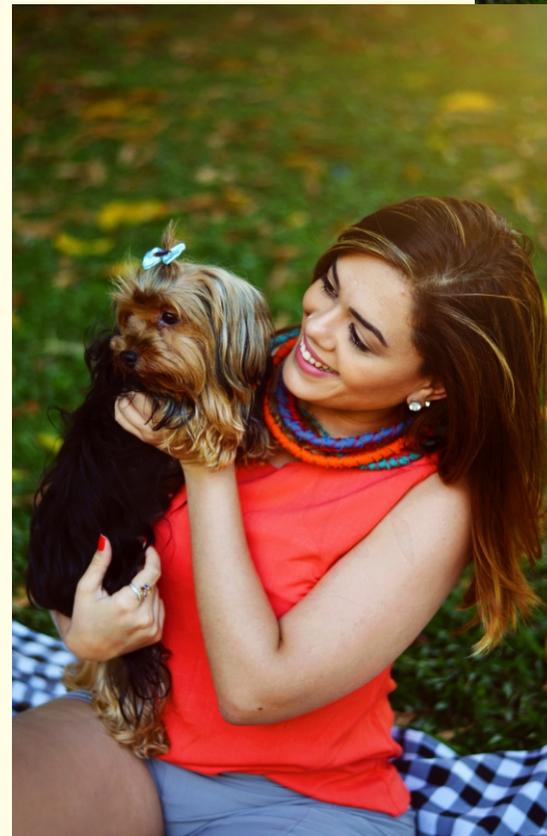
Kaline veste calça
pantacourt Áurea
e blusa Solange



Detalhe das costas do
macaquinho Jasmin



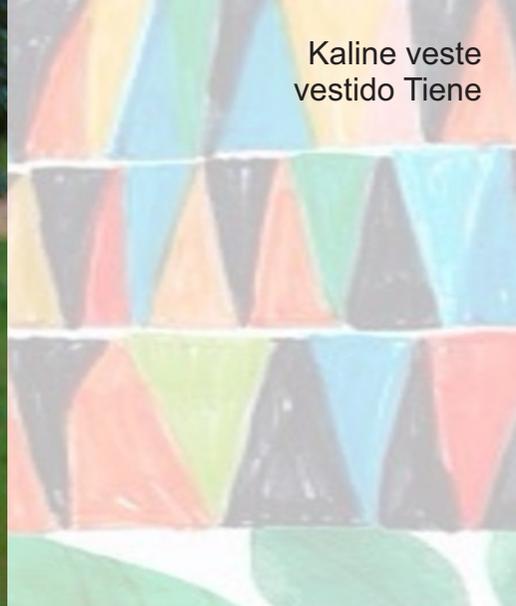
Brenna veste
vestido Sônia



Kaline veste
blusa Li e
short Amora



Milena veste
vestido Catalina
na estampa
Porto Pacato



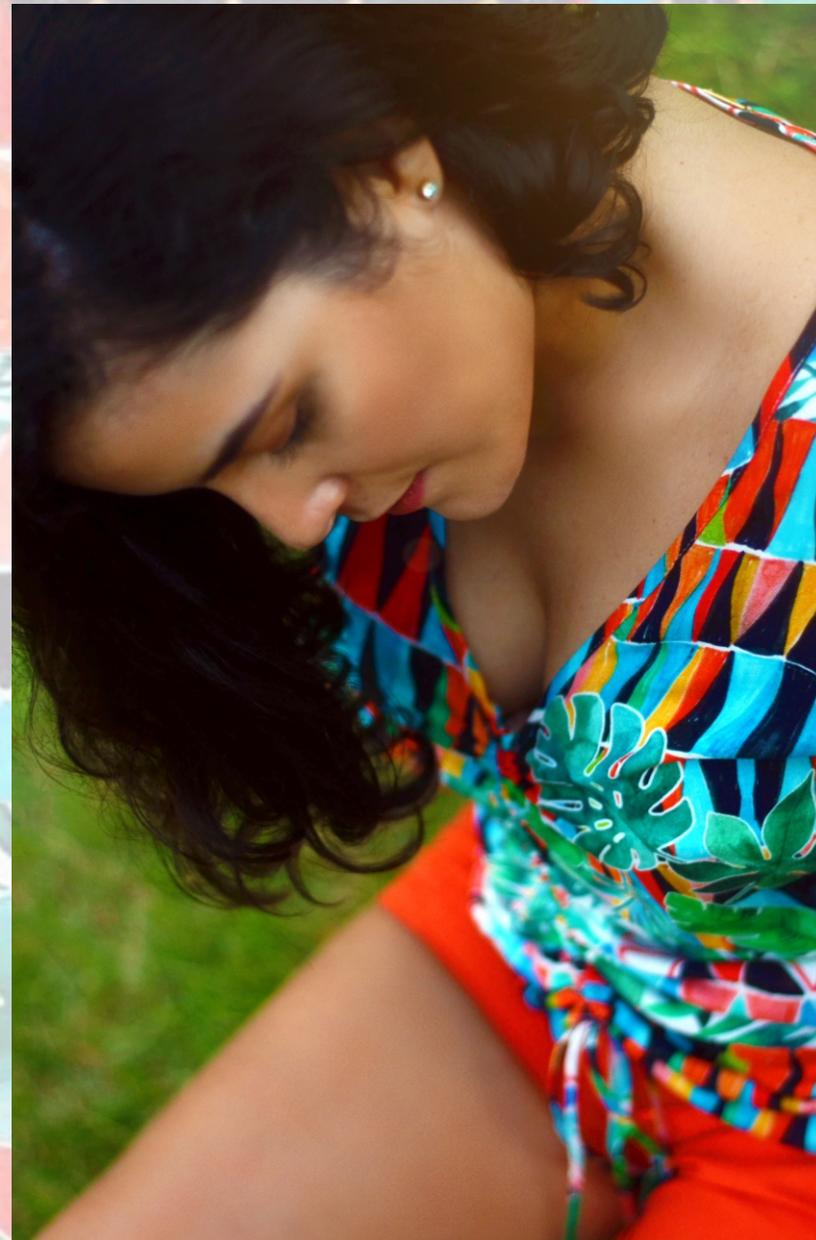
Kaline veste
vestido Tiene





Milena veste calça pantacourt Áurea e blusa Andréa.
Brenna veste short Amora e blusa Marília.

Detalhes da blusa Marília na estampa Cojimar

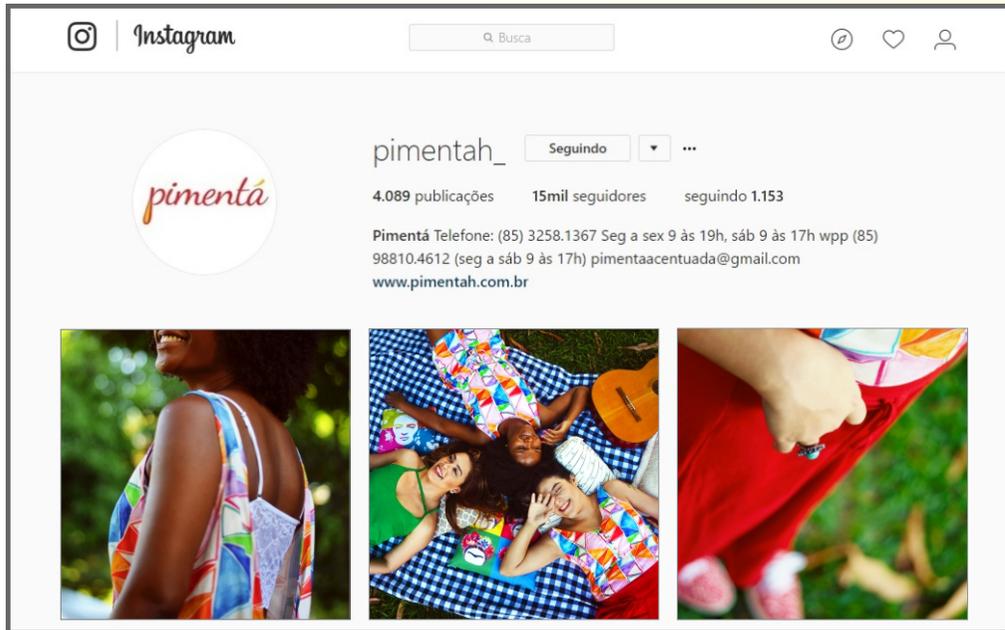


Em destaque, o
detalhe da lateral
da blusa Andréa





RS. | redes sociais



Instagram: @pimentah_

Demonstração de como seriam aplicadas as fotos resultantes do ensaio nas redes sociais da marca.



Facebook: /pimentahoficial

ab.) Amanda Campêlo Maciel
Baima de Mesquita



Concluinte do curso Design-Moda pela Universidade Federal do Ceará (UFC).

Atua como assistente de estilo na empresa Pimentá há 6 meses, onde participa da criação de coleções e do desenvolvimento de estampas.

Fez cursos de Marketing, Visual Merchadising e Negócios aplicados à área da Moda.



Contatos:

(85) 98530.7729 | @amandabaima | facebook.com/amanda.baima
amanda.baima@hotmail.com

pimentá

Fortaleza, julho de 2017.