



Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
Escola de Comunicação  
Publicidade e Propaganda

**MODA E FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA: A CRIAÇÃO DE UM ENSAIO  
FOTOGRAFICO PUBLICITÁRIO PARA A MARCA TRIBO DA MARÉ**

Guilherme Neres Vieira

Goiânia

2021



Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Escola de Comunicação

Publicidade e Propaganda

**MODA E FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA: A CRIAÇÃO DE UM ENSAIO  
FOTOGRAFICO PUBLICITÁRIO PARA A MARCA TRIBO DA MARÉ**

Guilherme Neres Vieira

Trabalho elaborado para fins de avaliação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso I, do curso de Comunicação Social - Habilitação em publicidade e propaganda, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, sob a orientação da professora Mariana Capeletti Calaça

GOIÂNIA

2021

**MODA E FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA: A CRIAÇÃO DE UM ENSAIO  
FOTOGRAFICO PUBLICITÁRIO PARA A MARCA TRIBO DA MARÉ**

---

Prof. Mariana Capeletti Calaça  
Pontifícia Universidade Católica de Goiás

---

Prof. Luciana Ferreira Serenine Prado  
Pontifícia Universidade Católica de Goiás

---

Prof. Murilo Berardo Bueno  
Pontifícia Universidade Católica de Goiás

## **RESUMO**

Com a finalidade de produção de um ensaio fotográfico publicitário para uma empresa do mundo da moda, este estudo propõe identificar o funcionamento da fotografia publicitária no perfil moda praia, para melhoria no conteúdo das redes sociais de uma empresa.

**Palavras-chave:** ensaio fotográfico; publicidade; fotografia; moda praia;

## **ABSTRACT**

With a production pattern of an advertising catalog for a company in the fashion world, this study studies to identify the functioning of advertising photography in the beachwear profile. For the elaboration of an advertising catalog, a photo essay will be produced, with photographs of beachwear.

**Keywords:** photographic essay; publicity; photography; swimwear; photography;

## SUMÁRIO

<b>1 – Introdução.....</b>	<b>7</b>
1.1 - Problema de comunicação a ser solucionado.....	7
1.2 - Objetivo do produto comunicacional .....	7
1.3 - Justificativa da proposta.....	8
<b>2 – Embasamento científico.....</b>	<b>9</b>
2.1 - História da fotografia.....	9
2.2 - Fotografia publicitária.....	11
2.3 - Fotografia de moda.....	13
<b>3 – Estudo de viabilidade.....</b>	<b>16</b>
3.1 - Recursos Necessários.....	16
3.2 – Similares.....	17
3.3 - Cronograma.....	21
<b>4 – Descrição do processo.....</b>	<b>21</b>
4.1 – Tratamento de fotos.....	23
4.2 – Resultado Final.....	26
4.3 – Redes Sociais.....	26
<b>5 – Considerações Finais.....</b>	<b>31</b>

## **1. INTRODUÇÃO - APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA**

Este projeto de trabalho de conclusão de curso, tem como objetivo a criação de um produto, este estudo, pretende apresentar a criação de um ensaio fotográfico para a marca de moda praia da empresa *Tribo da Maré*, apresentando a nova coleção de biquínis e maiôs da empresa. Com a criação do ensaio fotográfico, pretende-se oferecer aos clientes ainda mais conforto e qualidade na escolha dos produtos da Tribo da Maré. O objetivo desse projeto é introduzir a empresa ainda mais no mundo da propaganda digital especialmente das redes sociais, a ideia é poder utilizar as imagens no Instagram da marca. Criar e produzir as fotografias é uma maneira de chamar a atenção do público de moda praia e criar mais conexão e desejo com ele, solucionando assim, um problema de comunicação da Tribo da Maré. O ensaio fotográfico é muito importante para uma empresa, através dele, pode-se observar também o posicionamento da marca e a influência na decisão de compras do cliente.

Nessa primeira parte será estudada a relação entre a fotografia de moda e a publicidade além da análise e planejamento para execução das fotografias no trabalho de conclusão de curso II.

### **1.1 – Problema de comunicação a ser solucionado**

A fotografia de Moda é uma vertente dentro da fotografia publicitária, pensando nisso, apresento a criação de um ensaio fotográfico para melhoria nas redes sociais da empresa Tribo da Maré que hoje não conta com produção profissional. No momento é a própria proprietária que faz as fotografias para as redes sociais o que é um problema, já que é feito de forma amadora e sem preocupação estética. A criação do ensaio fotográfico é então uma proposta para a marca se posicionar melhor no mercado e auxiliar na divulgação do produto,

visto que vivemos uma era voltada para o consumo de imagens o tempo todo e por isso é importante se destacar produzindo um conteúdo de qualidade.

## **1.2 – Objetivo do produto comunicacional**

A criação desse produto, tem como objetivo, auxiliar na divulgação da marca Tribo da Maré. As fotografias do Ensaio fotográfico de Moda Praia a ser produzido para a empresa Tribo da Maré também terá a função de captação de novos clientes tanto no atacado quanto no varejo além da melhoria na comunicação de quem é cliente fiel da empresa, apresentando a Nova Coleção Moda Praia 2022. Além de apresentar e atualizar um novo design nas redes sociais da empresa, substituindo as postagens com fotos amadoras dos biquínis da Tribo da Maré, por fotografias produzidas com cenário e modelos utilizando os biquínis, chamando a atenção do público alvo e ajudando na imagem da marca.

## **1.3 – Justificativa da proposta**

O mundo digital é cada dia mais presente nas empresas nos dias de hoje, a comunicação e troca de informações é essencial para todos nós, e as empresas a cada dia buscam melhorar e apresentar novidades aos consumidores. As redes sociais são muito usadas pelas empresas para manter a comunicação com seus clientes, e a Tribo da Maré busca a cada dia melhorar na funcionalidade das redes para melhor comunicação entre empresa e consumidor, assim, mesmo de longe o cliente se mantém atualizado com novidades, produtos novos, uma nova coleção e principalmente a compra do produto pelas redes sociais, que vem aumentando cada vez mais. Dessa forma, a Tribo da Maré, buscando melhorar ainda mais o posicionamento da marca no mundo virtual, lança um Novo Ensaio Fotográfico Publicitário de Moda Praia, com fotos profissionais de um ensaio elaborado especialmente para o lançamento da nova coleção, com imagem de modelos utilizando os produtos da empresa, nas imagens, as modelos buscam expressar da melhor forma o conforto e qualidade que cada peça da coleção Moda Praia proporciona.

## **2. EMBASAMENTO CIENTÍFICO**

### **2.1 - História da Fotografia**

O termo fotografia, segundo Kossoy (2006), foi utilizado pela primeira vez pelo francês Antoine Hercule Florence aqui no Brasil em 1834, cinco anos antes de sua invenção oficial na França em 19 de agosto de 1839. A imagem fotográfica deriva de um processo de fixação de imagens, com o auxílio da luz e de substâncias fotossensíveis. A origem da palavra é a junção dos termos gregos foto, que significa a "luz" e graphein, que representa a ideia de escrita. Assim, nasce a denominação de fotografia "a escrita com a luz" (MONTEIRO, 2001).

A técnica de criação de imagens por meio de exposição luminosa, não foi criada apenas por um autor, mas segundo Monteiro (2001) por um acúmulo de avanços por parte de muitas pessoas, que trabalharam por todo o mundo, por muitos anos buscando o mesmo objetivo, desvendar a fotografia. Os principais autores que acompanharam o desenvolvimento da fotografia foram: Joseph Nicéphore Niépce, Louis Jacques Mandé Daguerre, William Fox Talbot, Hércules Florence, George Eastman e vários outros autores contribuíram para que a fotografia desse esse grande passo, conquistando uma grande revolução tecnológica.

Desde a antiguidade, o ser humano percebeu que através da luz, surgia a possibilidade de representação de imagens. Na observação do surgimento da luz através de pequenos espaços e orifícios, houve a percepção de que eram construídas certas imagens, a depender de onde a luz refletia, projetando imagens por todos os espaços. A partir da ideia de projeção de imagens, Aristóteles desenvolveu na Grécia Antiga, a criação do aparelho com o nome de "câmera obscura" (SOUGEZ, 2001), o qual reproduzia as imagens invertidas, o equipamento deu início ao que hoje, se chama câmera fotográfica. Já no renascimento (século XVII), passou a utilizar de outros equipamentos de projeção, com o intuito de fazer arte e entretenimento, tendo como função a iluminação de obras de vários artistas. Esse aparelho tinha o nome de "lanternas mágicas".

A história da fotografia, relembra períodos da antiguidade, mas apenas em 1826 que foi criada a primeira imagem fotográfica que temos conhecimento. O autor responsável pela fotografia foi o francês Joseph Niépce. Apesar de ao

mesmo tempo, havia também no Brasil, outro francês Hércules Florence, que criava um método fotográfico bem parecido, mais ou menos na mesma época de Niépce (SOUGEZ, 2001).

Ao passar dos anos, Niépce conhece outro francês, o Louis Daguerre e juntos eles continuam com novas experiências. Niépce falece em 1833 e assim, Daguerre segue a pesquisa, buscando melhorar ainda mais a técnica. Ao aperfeiçoar sua técnica, fazendo com que a imagem seja fixada apenas por alguns minutos, através da prata polida e vapor de iodo, que cria uma película de iodeto de prata muito mais sensível a luz, ele cria o mais novo aparelho fotográfico, chamado de Daguerreótipo, como o aparelho foi uma peça inovadora, com novas funções, ficou mais conhecido pelo mundo, em 1839 foi apresentado à Academia de Ciências de Paris, se tornando um sucesso em todo o mundo.

Assim, a primeira fotografia feita com pessoas, foi criada em 1838, por Daguerre, em Paris. Naquele tempo, para uma fotografia ser produzida, a depender da imagem, era preciso esperar até 30 minutos. Nas cidades, apesar de haver pessoas caminhando, não se apresentava na fotografia, pois as pessoas se movimentavam e não eram fixadas na imagem, pois o tempo de espera pela imagem era muito.

Várias outras pessoas contribuíram com novas experiências na evolução do mundo da fotografia, tendo como exemplo o inglês Frederick Scott Archer, que em 1851, criou uma chapa úmida de vidro que produzia melhores imagens. Para muitos artistas e intelectuais, dentre eles o poeta francês Baudelaire: “a fotografia libertou a arte da necessidade de ser uma cópia fiel do real, garantindo para ela um novo espaço de criatividade.” (MONTEIRO, 2001)

Com a revolução industrial, se observa um grande desenvolvimento das ciências, que impactaram no processo de transformação econômica, social, e cultural, gerando um marco na história moderna. A fotografia teve um papel fundamental nesse desenvolvimento, abrindo possibilidade de inovação e conhecimento, sendo utilizada para pesquisas em vários campos da ciência e também como forma de expressão artística principalmente.

A fotografia virou tendência por todo mundo, e se tornou familiar, após sua popularização, ela acaba também servindo como fonte de conhecimento,

gerando informação mais precisas, pois até o momento a comunicação era apenas escrita, verbal e com pinturas. Assim, cresce ainda mais o desenvolvimento da indústria gráfica, possibilitando a vasta multiplicação da imagem fotográfica através da via impressa.

## **2.2 – Fotografia Publicitária**

Nos dias de hoje, a fotografia se encontra por todo o mundo, qualquer um consegue fazer uma foto, em qualquer lugar a todo momento. A tecnologia a cada dia que passa se supera, hoje temos, não só câmeras fotográficas, mas também aparelhos celulares, que conseguem fazer um registro fotográfico e várias outras multifunções que permitem fazer o compartilhamento simultaneamente proporcionando a cada dia um volume maior de imagens produzidas e consumidas. Porém, uma fotografia profissional se percebe de longe. Fotografar é uma arte, mas uma fotografia profissional requer habilidade ímpar e uma técnica diferenciada. O objetivo de quem faz fotos profissionais, é mostrar naquela simples imagem, o que nem todas as pessoas conseguem observar no ato de fotografar, impressionar as pessoas através de seu conhecimento, esse é o diferencial de um bom fotógrafo.

Uma fotografia profissional é muito importante, pois retrata não apenas imagens, mas também sentimentos, ideias, expressões e muitas outras características, podendo ser observada por pouco tempo, e mesmo assim, continuar vivas na cabeça de quem a observa. A fotografia usada para venda de produtos é uma prova concreta disso, tendo como exemplo: Um sanduíche delicioso com batata exposto em um Outdoor, mostrando um novo lançamento de uma marca, que traz a vontade de provar aquele produto, pois a sua imagem chamativa, atrai o público para a compra, apenas pela imagem fotográfica e a expressão de sentimentos que a imagem do sanduiche transmite.

A fotografia publicitária segundo Eguizábal (2011) precisa conquistar as pessoas, de modo que ela consiga transmitir mensagens que denotem emoção, compreensão, empatia, conhecimento e muito mais. A análise do mercado da fotografia permite entender quais são os nichos fotográficos que estão em alta a cada momento e também permite aos profissionais da área a descobrir quais são os tipos de fotografias que têm sido mais buscados pelo público e mostram oportunidades para aqueles profissionais que gostam de se preparar para

oportunidades futuras. Eguizábel (2001) vai definir alguns desses estilos e nomeá-los como gêneros dentro da fotografia publicitária e vai categorizar como:

- Retrato: fotografia de pessoas anônimas ou famosas, é um dos gêneros mais antigos da fotografia e pode ter vários formatos como plano geral (corpo inteiro mais ambiente) e close (quando se fotografa apenas o rosto). No retrato o fotógrafo tenta extrair a essência da pessoa ou do personagem através da expressão corporal e dos objetos de cena.
- Natureza morta: bastante utilizada na fotografia publicitária esse gênero se inspira nas obras de arte de natureza morta, se apropriando da luz (simulando luz natural) e da composição. É ideal para fotografia de objetos e alimentos.
- Fotografia Still: é a fotografia de produto em estúdio, ideal para recorte. Fotografa-se em fundo branco ou preto e o foco é apenas na embalagem do produto.
- Fotografia de moda: É a junção do retrato e da fotografia de produto, a fotografia de moda visa promover através de imagens uma marca ou coleção de moda. Pode aparecer isolada ou em forma de editorial com várias fotografias. Entram nessa categoria além de roupas fotografias de sapatos, bolsas, perfume, maquiagem etc.

Um fotógrafo pode ser contratado para tirar os mais diversos tipos de fotografia e, cada tipo de fotografia é realizado de uma forma, demandando mais tempo para ser produzida, ou até mesmo o tempo certo para atingir o seu público. Por isso, é muito importante que o profissional conheça a maior quantidade de tipos possíveis, estudando para que saiba realizar cada um deles.

*Imagem campanha publicitária sobre um trânsito mais seguro para todos*



A fotografia publicitária exige preparo anterior às imagens, sendo assim, elas precisam ser planejadas antes da sua produção. Esse tipo de foto exige um tempo dedicado a reconhecer o personagem que será o alvo de tal campanha. Além disso, é preciso também analisar quais são as mídias e canais de comunicação que darão suporte à campanha publicitária.

Também conhecidas como fotografias comerciais, essas imagens são divulgadas por marcas, com a finalidade de transmitir visualmente os seus valores e o propósito da campanha.

### **2.3 – Fotografia e moda**

Segundo Claudio Marra (2008), “a moda se faz na fotografia e a fotografia de moda está na moda” citando desde o século XIX ao século XXI. O autor nos mostra que uma precisa da outra, ele aponta também a evolução que a fotografia fez na moda desde o seu surgimento mostrando que a moda pode ser citada como a expressão mais livre dentro da história da fotografia, pois nela, tudo é permitido sua função é nos trazer um sonho, uma ideia, um conceito.

Segundo Simonetta Persichett (2008), os estudos contemporâneos sobre moda e fotografia estão cada vez mais diminuindo o preconceito a respeito do assunto, mostrando que as grandes pessoas que trabalham neste universo

criativo, são pessoas que vêm estudando o caso a muito tempo, trabalhando no mundo da pintura, escultura e no cinema. A autora mostra que a moda não é simplesmente o retrato do óbvio, mas o estudo do comportamento humano.

Marra (2008) nos aponta que Roland Barthes, escritor e crítico francês, fez parte da fotografia e da fotografia de moda e seus pensamentos são levados em consideração com muita clareza, desde sempre. Segundo Marra (2008) para Barthes, diante de uma fotografia de moda experimentamos uma possibilidade de comportamento, ou pelo menos a imaginamos, a desejamos, porque a imagem nos propõe uma espécie de protótipo de vida, uma experiência de estilos e de modos de ser. Mesmo que de forma virtual a moda vive na fotografia. Para o semiólogo francês, a fotografia se trata do Análogo do Real, semelhante ao Real e ele eleva a mesma ideia de onde se extrai uma equivalência conceitual, que é a moda fotografada e moda usada.

Marra (2008) traz ainda como referência Marshall McLuhan, citando o nosso comportamento em relação a moda e principalmente do corpo sobre a moda fazendo uma paralelo da roupa como uma extensão da nossa pele, se referindo não apenas ao ato da roupa cobrir o corpo, mas também ao comportamento, ao pertencimento e as relações que o corpo nos mostra, melhor dizendo, entre pele natural e pele artificial.

Segundo Marra (2008, p. 21), “Quando se fotografa a moda, não se registra a roupa, mas o seu uso, a atitude que isso implica, o clima evocado por todo um cenário ao qual a modelo se integra”. Nogueira (2012) acrescenta ainda que a fotografia de moda é a linguagem e produção dos sentidos.

Nos dias de hoje, a moda é encontrada por toda parte, tudo é moda e podemos a observar de várias formas, como por exemplo: em revistas, jornais de moda, na TV, outdoors, catálogos e também em vários meios digitais. Mas do que se trata uma imagem de moda? Com quem uma fotografia de moda fala? Se trata da comunicação de estilos de varias marcas com o público, a depender do estilo de cada público. Ela nunca esteve tão valorizada e tão famosa como atualmente, e podemos usar como a explicação disso, um trecho do livro “ A linguagem das coisas”, de Deyan Sudjic:

“[...] a moda tem a capacidade de apertar todos os botões da vida contemporânea. Representa uma convergência entre a alta cultura e a arte popular, que lhe dá um poder verdadeiro [...] a moda é a forma mais desenvolvida de obsolescência embutida, a força motriz da mudança cultural (SUDJIC, 2010, p. 141 e p. 165)”.

Pode-se dizer que o sistema de moda atinge a todas as classes sociais e poder aquisitivos, chega a atingir todas as áreas, mas não assume sério compromisso com nenhuma, atitude que talvez seja o cerne de seu charme irresistível. Mesmo sendo contrário aos padrões e esquematismos e que se colocam em uma posição contra cultural não conseguem escapar ao processo, pois a tudo a moda abarca, principalmente, ao que parece diferente, mas o diferente de hoje, acaba sendo o padrão de amanhã. Conforme afirma Braga (2008, p. 22), “a moda é paradoxal, voraz e até cruel com ela mesma”, já que a própria moda consegue se superar.

O sistema de moda oferece experiências que têm a ver também com a roupa, mas a experiência é muito mais ampla, envolvendo a arte, a decoração, a arquitetura, a história, as posições sociais, as dinâmicas cotidianas. As pessoas querem estilo e conforto; glamour e relaxamento; luxo e responsabilidade social; tradição e modernidade.

A utilização da imagem pela moda, não é algo apenas dos dias de hoje, mas nunca na história da moda, apenas as imagens a representou tão bem, dispensando textos e outras características. Em todo processo de compra, existe uma interação do comprador com o produto, e nos dias de hoje, apenas as imagens fotográficas já consegue fazer o trabalho de chamar a atenção do comprador, já antigamente, era essencial a participação de um texto para fazer com que o comprador entendesse que aquela peça, seria uma boa escolha.

A cultura da moda é segundo Williams (1981), um sistema significativo pelo qual uma classe social se comunica, fazendo parte da vida cotidiana de cada um, levando consigo não só ela, mas também a arte, a publicidade e várias outras características, que faz da cultura um sistema de vários significados, por existir várias formas de expressar a moda.

A moda é uma forma das pessoas de diferenciar, em cada roupa existe um conceito e a fotografia é um importante meio de divulgação. Na era da comunicação, não basta apenas querermos comunicar, devemos saber quais

são os meios por onde a informação deve percorrer para que ela seja proveitosa, que tipo de informação será aproveitada em cada canal de comunicação.

Ruiz (2007) vai apontar que são vieses que fazem da fotografia de moda uma representação artística, e são eles: Caráter experimental das criações; A mensagem que cada peça de roupa passa, sendo muito mais emocional do que funcional; O terceiro seria, o criador querer viver uma experiência, em vez de usar algo convencional; O quatro seria que a experiência no fundo, acabe sendo um caracterizado como um trabalho autoral e muito bem reconhecido. Isso mostra que o fotógrafo faz a moda, através de cada olhar, ângulo, a quebra de paradigmas está bem ligada ao contato que o fotógrafo tem, a imagem que ele tenta passar ao público com sua arte.

### **3. ESTUDO DE VIABILIDADE**

É possível o desenvolvimento deste trabalho para a criação de um produto, no qual foi escolhido a elaboração de um ensaio fotográfico para a empresa Tribo da Maré, marca conhecida e familiar, tendo acesso aos produtos e informações necessárias para criação desde catálogo.

Em 2001 A Tribo da Maré abriu as portas, trabalhando com o mundo da Moda Praia, neste período não havia as redes sociais, então a empresa trabalhava com divulgação de boca em boca, por meio dos donos, funcionários e até mesmo dos próprios clientes.

Já em 2007 a proprietária Luzia Rodrigues, registrou a empresa, como um sonho para agregar qualidade conforto valor e satisfação ao cliente. No início, a empresa trabalhava apenas com o Varejo, mas ao passar dos anos, devido à grande demanda de clientes, a empresa passou a trabalhar com Atacado e Varejo, vendendo produtos para todo o Brasil e até mesmo para o exterior.

Trabalham com moda praia em geral e acessórios, para que o cliente saia da loja, até mesmo pronto para viajar.

Atualmente a marca é bem conhecida, fazendo divulgação dos seus produtos através das redes sociais, como Facebook e principalmente o Instagram, tendo como objetivo, crescer cada vez mais, oferecendo conforto e qualidade aos clientes, sempre procurando inovar.

O trabalho está sendo desenvolvido em meio a pandemia do Covid-19, por isso, ainda é estudado como será elaborado o ensaio fotográfico para a criação do catálogo, até o presente momento não está decidido se será feito em uma locação externa, ou no próprio estúdio da instituição.

### **3.1 – Recursos Necessários**

Para a elaboração deste ensaio fotográfico, será necessária a presença de uma modelo, 15 peças de biquíni/maiô, locação (podendo ser utilizado o estúdio da instituição ou uma área externa, câmera fotográfica e outros equipamentos (flash, tocha, rebatedor) tecidos coloridos como fundo fotográfico para o cenário, folhas, decorações para a composição do cenário e outros acessórios de uso da modelo.

Se for no estúdio da instituição, será usada luz artificial, caso seja em um espaço externo, será em um dia iluminado, com sol, utilizando luz natural e também o rebatedor, além de um suporte para fixação do fundo fotográfico.

### **3.2 - Similares**

A busca por similares é uma primeira tentativa de criação de um painel de inspirações que virão a guiar o processo criativo em TCC 2. As imagens selecionadas como referência apresentam algumas características em comum, como enquadramentos em plano americano quando o corte é realizado no meio da coxa da modelo, esse enquadramento permite que o observador veja toda a peça de banho, tanto a parte do top quanto da calcinha do biquini. Outra característica é uso de cores quentes no fundo do cenário, remetendo ao calor e verão, artifício que se adequa as fotografias de moda praia. Por último o cenário composto com folhas e fundo colorido. As imagens utilizadas para referência podem ser vistas a seguir:

## Imagem 1

☰ LINHAS & CORES 🔍



Luz: Quente

Cores: Quentes, com predominância do amarelo.

Enquadramento: Plano americano

Pose: braços soltos, postura reta.

## Imagem 2

 veraobrazyloficial



Luz: Fria

Cores: Frias

Enquadramento: Plano americano

Pose: Uma perna na frente da outra, mão na cintura.

### Imagem 3



Luz: Fria

Cores: Frias

Enquadramento: Plano americano

Pose: Perna aberta, braços soltos, postura reta.

## Imagem 4



Luz: Quente

Cores: Quentes, com predominância do amarelo

Enquadramento: Plano geral

Pose: Uma perna na frente da outra, mão no ombro

## Imagem 5



Luz: Quente

Cores: Quentes, com predominância do amarelo

Enquadramento: Plano americano

Pose: Mãos na cintura, perna aberta.

### 3.3 - Cronograma

<b>AGOSTO</b>	Elaboração do cenário e escolha das peças para serem fotografadas
<b>SETEMBRO</b>	Realização das fotos e tratamento das imagens
<b>OUTUBRO</b>	Finalização do trabalho escrito.
<b>NOVEMBRO</b>	Correção e finalização do TCC e entrega para banca.

## 4. DESCRIÇÃO DO PROCESSO

Para elaboração do ensaio fotográfico no tema Tropical, foi necessário providenciar as peças moda praia que seriam utilizadas. Tanto as peças, como também as modelos, foram escolhidas em consenso, entre eu, Guilherme Neres Vieira e a Empresa Tribo da Maré.

O ensaio fotográfico, que aconteceu no estúdio da própria instituição nos dias 08 de outubro e 05 de novembro de 2021, contou com a utilização de 2 fundos fotográficos, colocados com fita adesiva nas paredes do estúdio, sendo um de cor quente (amarelo), e outro cor fria (azul claro). Foram também utilizados acessórios para composição do cenário, como boia, peças

decorativas, cubo de madeira, e folhas verdes, o que fizeram do cenário ainda mais enriquecedor.

O flash é um equipamento de disparo de luz, clareando ambientes de pouca luminosidade, reforçando a luz e trazendo boas fotografias. Uma ferramenta muito importante neste trabalho, que reforçou a iluminação, trazendo mais belezas as imagens produzidas.



Equipamentos utilizados na produção dos ensaios fotográficos.

O posicionamento dos dois Flash's permaneceu a frente da modelo, usando também uma tocha com o papel celofane Vermelho, que gerou uma tonalidade mais quente no cenário, dando ainda mais vida a fotografia.

O posicionamento da câmera também se manteve a frente da modelo, com fotografias registradas de diversos ângulos.

A configuração da Câmera fotografia Canon EOS 7D no Cenário Tropical se manteve em:



Cenário amarelo



Cenário azul

Foram feitas aproximadamente 700 fotos nos 2 ensaios. Podemos perceber a repetição das imagens, mas foi uma escolha importante para a seleção das melhores fotografias, pois percebe-se que um simples movimento, para um fotógrafo, faz grande diferença de uma imagem para outra. Temos como exemplo essa imagem em que a seriedade e sensualidade da modelo, falou mais alto que seu sorriso na imagem:



#### 4.1 - Tratamento das fotos

As fotos foram produzidas todas em arquivo JPG, sendo melhor para trabalhar no tratamento das imagens, onde foi feita uma manipulação básica nas cores do primeiro cenário, trabalhando também o tratamento de pele, deixando a imagens mais viva e com melhor qualidade.

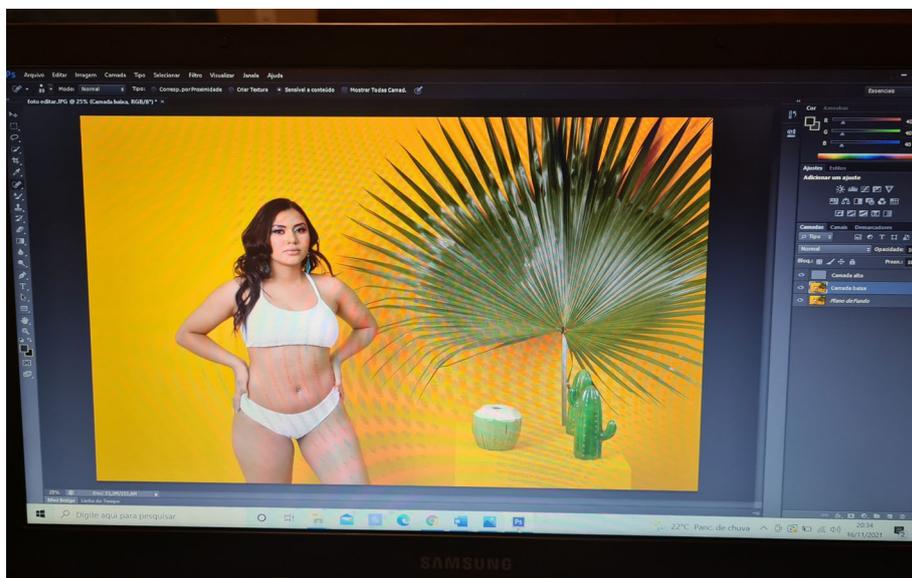
No segundo cenário, por ser uma cor fria (azul) pode-se observar que as imagens não ficaram tão vívidas como o primeiro cenário, precisando assim de uma manipulação mais concreta tanto nas cores como na exposição das fotos, além do tratamento de pele, que está presente nos dois ensaios.



O processo de pós-produção das imagens é uma etapa muito importante, processo esse que resulta na finalização do trabalho nas imagens, trazendo um resultado mais satisfatório e agradável, com cores mais vivas, no tema Tropical e imagens mais nítidas.



No tratamento das imagens foram corrigidas as exposições, sombras, realces e as cores nas imagens precisas. Foram utilizadas também as técnicas de separação de frequências e Dodge and Burn no Photoshop, utilizando as ferramentas disponíveis, retirando as imperfeições e para dar mais destaque a textura na pele da modelo, dando brilho e valorizando ainda mais a sua beleza.



## Resultado final



### 4.3 – REDES SOCIAIS

Para produção de conteúdo nas redes sociais da empresa Tribo da Maré, temos as imagens que é resultado do ensaio fotográfico publicitário, sendo assim, é preciso também que as imagens sejam feitas enquadradas de acordo com o tamanho padrão de imagens das redes sociais que serão publicadas, para que as postagens tenham melhor desempenho, pois as imagens de melhor qualidade e no tamanho certo, sempre atraem mais ainda os clientes.

A principal rede que a empresa utiliza para publicação e venda de produtos é o Instagram, assim, temos os dados do tamanho padrão de imagens da rede social:

#### **Feed Instagram**

- 1.080 xp por 1.080 xp, na proporção 1:1 (Fotos quadradas)



- 1.080 xp por 566 xp (Estilo Paisagem)



- 1.080 xp por 1350 xp (Estilo Retrato)



E por último, temos os Stories do Instagram, uma ferramenta que o aplicativo disponibiliza que também é muito utilizada por empresas para

divulgação e venda de produtos, por isso, foram feitas imagens com a proporção correta da ferramenta, para que as imagens possam ser publicadas em alta resolução, chamando ainda mais a atenção dos clientes.

### Stories do Instagram

- 1.080 xp por 1920 xp (Proporção 9:16)

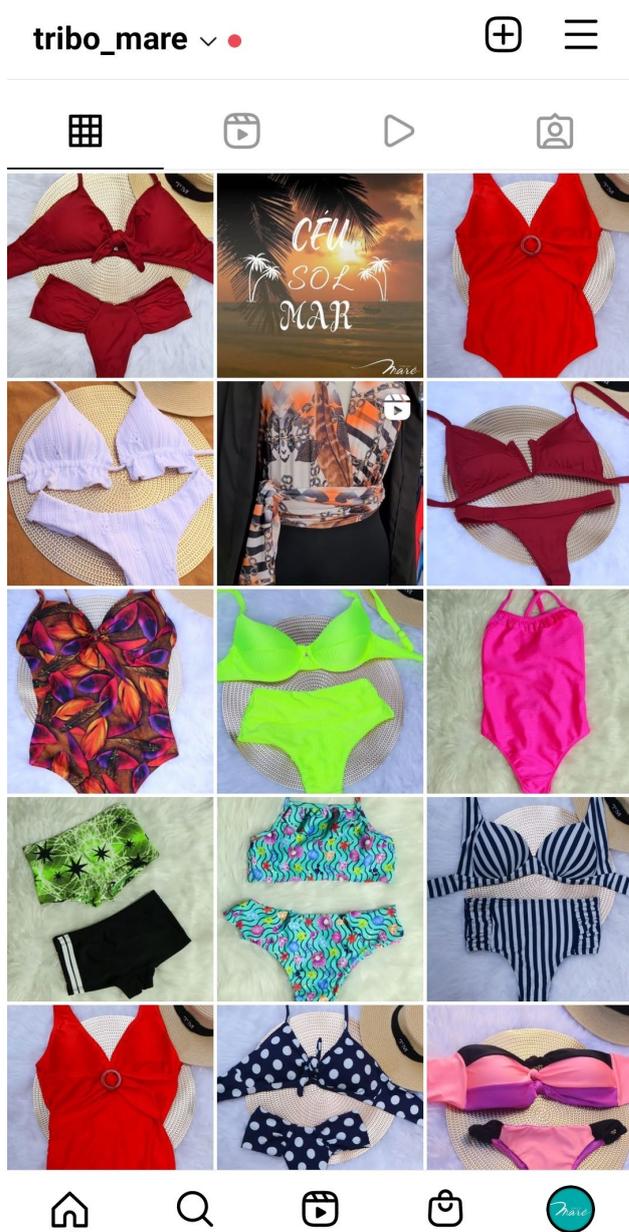


Com as imagens do ensaio fotográfico Tropical, todas em correta proporção e prontas para divulgação, a rede social da empresa passa a ter uma boa

combinação de cores, melhorando em 100% a estética, com a proposta de um Feed harmônico e atraente para uma boa atuação da marca, chamando assim, ainda mais a atenção dos clientes para compra dos produtos.

Assim, foi criada uma simulação de como as fotos produzidas serão publicadas no Instagram da empresa, sendo intercaladas, a cada dia, uma foto de um dos cenários, desta forma, ficando de forma organizada, atraente e nem um pouco cansativa.

### Simulação Feed do Instagram



tribo\_mare ▾ ●



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Antes mesmo de iniciar o Trabalho de conclusão de curso, a minha intenção era explorar a fotografia, por ser uma linguagem que eu sempre admirei. Após dar início, decidi que seria sobre a fotografia moda praia, área em que sempre estive presente no dia a dia, pois minha tia trabalha a anos neste ramo, unindo um gosto pessoal ao que sempre vivenciei, a moda praia. Intitulando assim, meu trabalho - *Moda e Fotografia Publicitária: a criação de um ensaio fotográfico para a empresa Tribo da Maré*.

A cada pesquisa, cada imagem que buscava como referência, mais a vontade de produzir o ensaio aumentava, as cores, poses, cenários, tudo importava e após as pesquisas, trabalhei então o clima Tropical no ensaio fotográfico.

Desde o início estive bem ansioso e preocupado com o trabalho de conclusão de curso, devido a pandemia do COVID-19 e também com a produção que estaria por vir, não foi fácil concluir cada etapa, conseguir cada objeto de decoração utilizado e até mesmo as modelos para produção do ensaio, neste período difícil que estamos vivenciando, com a ciência de até mesmo o trabalho não ser realizado em estúdio, mas aos poucos tudo foi dando certo.

O desenvolvimento desse trabalho no decorrer destes 2 semestres, foi uma experiência acadêmica muito importante na minha vida, um grande projeto desenvolvido da melhor forma, dentro do contexto em que estamos vivendo.

A experiência com a fotografia em estúdio alcançou além das minhas expectativas, trazendo mais conhecimento no mundo da fotografia e ampliando ainda mais a minha visão fotográfica no mundo da moda.

Com os conhecimentos adquiridos neste trabalho, tenho a certeza que o caminho que pretendo seguir, é ter a fotografia como atividade profissional, contribuindo ainda mais com a arte e a cultura.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DISPONÍVEL EM: <https://www.culturagenial.com/historia-evolucao-fotografia/>
- DISPONÍVEL EM: [https://www.google.com.br/search?q=fotografia+publicit%C3%A1ria&safe=active&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwik1diO74zwAhWppUCHcV5ASYQ\\_AUoAXoECAEQAw&biw=1366&bih=625#imgrc=HredMuvGRZss2M](https://www.google.com.br/search?q=fotografia+publicit%C3%A1ria&safe=active&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwik1diO74zwAhWppUCHcV5ASYQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1366&bih=625#imgrc=HredMuvGRZss2M)
- DISPONÍVEL EM: <https://fotografiamais.com.br/fotografia-publicitaria/#foto-publicidade-1>
- DISPONÍVEL EM: <https://www.adsoftheworld.com/>
- DISPONÍVEL EM: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/21351/000737137.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- DISPONÍVEL EM: <https://seer.cesjf.br/index.php/cesRevista/article/viewFile/391/278>
- RUIZ, José Mário. Arte e moda conceitual: uma reflexão epistemológica; Revista Cesumar, São Paulo, v.12, n.1, p. 123-134, janeiro/julho de 2007.
- WILLIAMS, R. Culture. Glasgow: Fontana, 1981.