

MANOELA PEREIRA PIERUCCI DO ESPIRITO SANTO

OCCASUS SOLIS - FASHION FILM COMO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PARA A MARCA SOL BRAND



CENTRO DE TECNOLOGIA DA INDÚSTRIA QUÍMICA E TÊXTIL

FACULDADE SENAI CETIQT

CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN DE MODA

MANOELA PEREIRA PIERUCCI DO ESPIRITO SANTO

OCCASUS SOLIS - FASHION FILM COMO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PARA A MARCA SOL BRAND

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design de Moda, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharelado em 2025.

Orientador: Rosanna Naccarato

Rio de janeiro

2025

Dados de catalogação-na-publicação (CIP), conforme Código de Catalogação Anglo-Americano (AACR2)

	Santo, Manoela Pereira Pierucci do Espírito
S237o	Occasus Solis: Fashion Film como estratégia de comunicação para a marca Sol Brand / Manoela Pereira Pierucci do Espírito Santo. – Rio de Janeiro – RJ, 2025.
	XI, 106 f.: il; 29 cm.
	Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em 2025) – Faculdade SENAI CETIQT, Rio de Janeiro – RJ, 2025.
	Orientador(a): Prof. ^(a) : Rosanna Naccarato
	Inclui referências.
	1. Design. 2. Fashion Film. 3. Sol Brand. I. Título. II. Rosanna Naccarato. III. Faculdade SENAI CETIQT.
	CDU (2. ed.): 391:659.1

Ficha catalográfica preenchida pelo aluno, e classificada pela Biblioteca SENAI CETIQT.

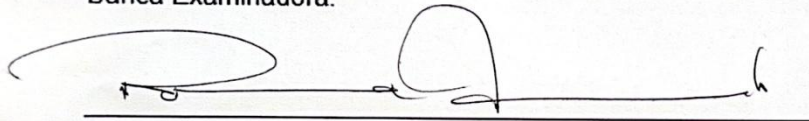
Bibliotecário: Robson Soares Cruz / CRB 7ª nº 6475

OCCASUS SOLIS - FASHION FILM COMO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PARA A MARCA SOL BRAND

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Design de Moda, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em 2025.

Data de Aprovação: 27 / 11 / 2025.

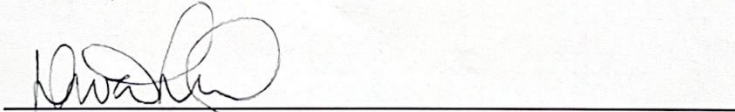
Banca Examinadora:



Rosanna Naccarato

Especialista em educação estética, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO,

Docente, SENAI CETIQT



Diva Lucia Vieira Costa

Mestre em Design, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ),

Docente, SENAI CETIQT



Rosa Lucia de Almeida Silva

Especialista em Computação Gráfica e Multimídia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ),

Docente, SENAI CETIQT

Este trabalho é dedicado à minha mãe, Renata, por me incentivar a embarcar na trajetória do Design de Moda.

À minha avó Maria de Lourdes, por ser a grande responsável pela minha paixão por moda desde a infância, e à minha avó Euvira, por seu talento nato na costura, que sempre me inspirou.

Ao meu avô Horácio, agradeço pelas lições de vida e por ter sido um grande exemplo de como a oportunidade de estudar pode transformar vidas.

AGRADECIMENTO

Em primeiro lugar, agradeço à minha família pelo apoio durante toda a minha trajetória acadêmica. Agradeço também aos meus amigos e confidentes pela paciência e atenção em todas as vezes que falei sobre este trabalho.

À equipe de gravação do *fashion film* — Eduardo de Paulla e Júlia Nascimento — meu agradecimento especial pela parceria e dedicação.

Aos professores do Senai CETIQT, sou grata pelas aulas que me deram o embasamento necessário para concluir este projeto, especialmente à professora Rosa Lúcia, que me ensinou sobre fotografia, filmagem, roteirização e toda a produção envolvida no desenvolvimento de um *fashion film*, e à professora Diva Costa, sempre atenciosa e prestativa, que além dos aprendizados em aula, também me auxiliou com bibliografias relevantes e me deu dicas práticas para a execução do trabalho.

Ao Robson, da biblioteca do Senai, agradeço por toda a ajuda aos alunos com formatação, bibliografias e regras da ABNT.

Por fim, mas não menos importante, agradeço à minha orientadora, Rosanna Naccarato, por todo o apoio e ensinamentos durante esses meses intensos. Este trabalho não seria possível sem o seu olhar atento, sensível e de impecável bom gosto.

RESUMO

O objetivo desta pesquisa é desenvolver um *fashion film* como estratégia de comunicação para a marca brasileira Sol Brand, explorando o potencial do audiovisual na construção de identidade, fortalecimento de marca e valorização das peças.

A pesquisa apresenta as etapas metodológicas que envolvem o processo criativo, desde a análise da marca e de referências visuais até o desenvolvimento do conceito, roteiro e produção do filme. O projeto autoral, intitulado Occusus Solis, propõe traduzir a essência *resortwear* e a energia solar da Sol Brand em uma narrativa jovem, vibrante e *sexy*, reafirmando o papel do *fashion film* como ferramenta essencial na comunicação de moda.

Palavras-chave: Design de moda, *Fashion Film*. Comunicação visual. Identidade de marca.

ABSTRACT

The goal of this research is to develop a fashion film as a communication strategy for the Brazilian brand Sol Brand, exploring the potential of audiovisual media in building identity, strengthening brand image, and enhancing the value of its pieces.

The research presents the methodological stages involved in the creative process, from the analysis of the brand and visual references to the development of the concept, script, and film production. The authorial project, titled Occasus Solis, seeks to translate Sol Brand's resortwear essence and solar energy into a young, vibrant, and sensual narrative, reaffirming the role of fashion film as an essential tool in fashion communication.

Keywords: Fashion Design. Fashion Film. Visual communication. Brand identity.

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	ANÁLISE DA MARCA SOL BRAND	12
2.1	Origem e identidade	14
2.2	Estratégias de marketing e posicionamento	17
2.3	Comunicação atual da marca	29
2.3.1	<i>Fashion film</i>	33
3	<i>FASHION FILM EM MARCAS</i>.....	36
3.1	Elementos de comunicação no <i>fashion film</i>	36
3.2	Estudo de caso: Cult Gaia	37
3.3	Estudo de caso: Cos.....	44
4	DESENVOLVIMENTO DO <i>FASHION FILM</i> PARA SOL BRAND.....	52
4.1	Pré-produção: Definição do conceito e narrativa.....	54
4.1.1	Figurino.....	55
4.1.2	Roteiro, planos cinematográficos e <i>storyboard</i>	61
4.1.3	Locação	68
4.2	Produção	70
4.2.1	Beleza e <i>styling</i>	70

SENAI CETIQT

4.2.2 Equipe e orçamento	76
4.2.3 Gravação	77
4.3 Finalização e pós-produção	82
4.3.1 Edição e veiculação	82
4.3.2 <i>Lookbook</i>	85
4.4 Fashion film para Sol Brand	91
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	94
REFERÊNCIAS.....	96

1 INTRODUÇÃO

Durante a graduação em Design de Moda, foi possível desenvolver um olhar voltado à linguagem visual aplicada à moda e compreender como identidades podem ser construídas e transmitidas por meio do *fashion film*. A escolha deste tema surge da possibilidade de integrar os conhecimentos adquiridos ao longo da formação acadêmica com a vivência profissional da autora, que atua na criação de conteúdos audiovisuais para marcas de moda, envolvendo etapas como filmagem, edição e desenvolvimento de narrativas visuais que traduzem a essência das marcas.

Com a aprofundamento em disciplinas voltadas ao *fashion film*, foi possível aprender sobre fotografia, iluminação, produção de moda e construção de roteiro e *storyboard*, especialmente nas aulas ministradas pelas professoras Diva Costa e Rosa Lucia, que proporcionaram a base necessária para o desenvolvimento deste projeto com uma abordagem técnica e criativa.

O *fashion film* consolidou-se nos últimos anos como uma das ferramentas mais eficazes para marcas de moda que buscam comunicar não apenas produtos, mas também sensações, narrativas e valores. Ao unir estética, *storytelling* e recursos audiovisuais, esse formato cria experiências imersivas que fortalecem o posicionamento das marcas, geram conexão emocional com o público e ampliam sua presença nas redes sociais.

Como estudo de caso, foi selecionada a marca Sol Brand, uma microempresa fundada em Belo Horizonte que se destaca por seu estilo jovem, praiano e elegante, identidade visual bem definida e público fiel. A marca apresenta grande potencial para ter sua essência traduzida por meio de um *fashion film* que valorize suas peças e ressalte seus diferenciais, como as modelagens únicas, os materiais fluidos e as estampas sensuais e divertidas.

O resultado do projeto consiste em um *fashion film* conceitual que busca representar visualmente a essência e os valores da Sol Brand, demonstrando o potencial dessa linguagem como estratégia de comunicação e *branding* — gestão estratégica de uma marca, tradução nossa — para o setor da moda.

A pesquisa para o desenvolvimento do *fashion film* foi estruturada em diferentes etapas metodológicas, fundamentadas principalmente na abordagem do *Design Thinking*, que orienta o processo criativo a partir da empatia, da experimentação e da busca por soluções inovadoras centradas no usuário. Inicialmente, realizou-se uma pesquisa documental que possibilitou um aprofundamento na história da marca, seus valores e posicionamento no mercado. Em seguida, realizou-se uma pesquisa exploratória, na qual foram levantadas referências visuais, analisados casos de *fashion films* de marcas compatíveis com a identidade da Sol Brand. Além disso, conduziu-se um estudo de conceitos da cinematografia e seus principais planos de filmagem. A partir dessas etapas, desenvolveu-se o processo criativo, que envolveu a elaboração do conceito, a construção do roteiro e do *storyboard*, a escolha de cenários e, por fim, a produção e edição do *fashion film*.

Desta forma, no capítulo 2 é realizada uma análise completa da Sol Brand, incluindo sua origem, identidade, estratégias de marketing e formas de comunicação. Em seguida, o capítulo 3 apresenta um estudo sobre o *fashion film*, explorando seus elementos visuais e narrativos e analisando marcas como estudos de caso e de referências para o projeto. No capítulo 4, são descritas detalhadamente as etapas de desenvolvimento do *fashion film* autoral Occasus Solis, passando pela pré-produção, produção e pós-produção e incluindo conceito, figurino, roteiro, planos cinematográficos, *storyboard*, locação e finalização do vídeo. Por fim, o capítulo 5 aborda as considerações finais, apontando os resultados obtidos, a relevância do projeto e possibilidades de aprofundar o tema na comunicação da marca no futuro.

2 Análise da marca Sol Brand

A Sol Brand é uma marca brasileira do segmento *resortwear* — estilo de roupa caracterizado por peças leves, fluidas e confortáveis, pensado para destinos de clima quente, como resorts, praias e cruzeiros (tradução nossa) — criada com o propósito de desenvolver peças que transitam da praia a uma noite em Ibiza, adaptando-se a diferentes ambientes sem abrir mão de uma identidade jovem, sensual e livre.

Posicionada no mercado como uma marca '*sexy & cool*', a Sol Brand combina elementos de sensualidade e leveza em peças que transitam entre o mar, a areia e o ambiente urbano. Sua consumidora ideal é uma mulher espontânea, independente, apaixonada por viagens e que utiliza a moda como forma de expressão, buscando peças que a façam sentir-se a protagonista da própria história.

A estética da marca é marcada por estampas e texturas exclusivas, modelagens fluidas e cortes que valorizam o corpo e despertam desejo, como pode ser observado abaixo, na Ilustração 1.

Ilustração 1: Colagem com imagens de produtos da Sol Brand.



a

Fonte: Elaborado pela autora a partir de imagens coletadas no site da Sol Brand, 2025.

O objetivo deste capítulo é analisar a Sol Brand a partir de sua identidade, estratégias de marketing e formas de comunicação, de modo a compreender os elementos que compõem sua essência e servir de base para a criação de um *fashion film* alinhado aos seus valores e proposta estética. As informações analisadas neste capítulo estão disponíveis no site e redes sociais da marca.

2.1 Origem e identidade

Criada em 2014, em Belo Horizonte, a Sol Brand surgiu da visão criativa de Camilla Orellana e Julia Nogueira. Além de comandar a Sol Brand, as fundadoras também são sócias da Nui Nui, marca especializada em vestidos de festa e noiva. Julia já atuou como criadora da Musthavee, marca casual de atacado e varejo, enquanto Camilla iniciou sua trajetória no segmento de moda praia. Com experiência prévia no mercado de moda, as fundadoras buscaram desenvolver uma marca que unisse o espírito descontraído e tropical do Brasil a uma proposta sofisticada e contemporânea.

A marca se consolidou no segmento de *resortwear* criando peças capazes de transitar perfeitamente entre ocasiões diurnas e noturnas, com um toque de sensualidade e sofisticação. Abaixo, na Ilustração 2, estão expostas algumas dessas peças.

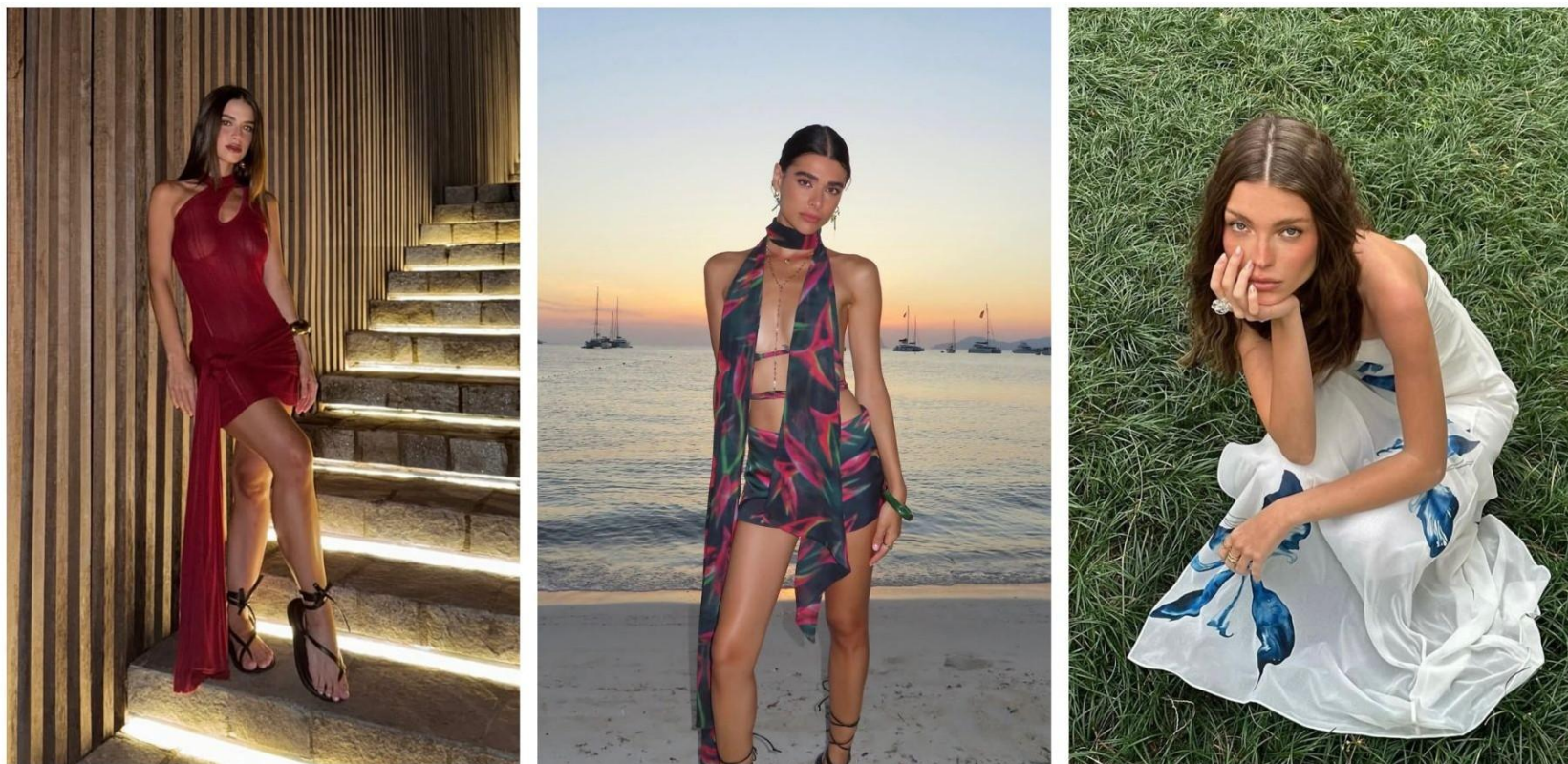
Ilustração 2: Fluidez e vestibilidade de peças da Sol Brand.



Fonte: Elaborado pela autora a partir de imagens coletadas do site da Sol Brand, 2025.

A identidade visual da Sol Brand reflete um *lifestyle* — estilo de vida da cliente da marca — praiano e jovem traduzido de forma moderna e elegante. Pode ser percebido através das estampas autorais, modelagens que destacam a silhueta e peças com recortes, transparências e assimetrias, criando um equilíbrio entre conforto e estilo. Abaixo, na Ilustração 3, podemos ver três fotos de clientes vestindo Sol Brand em diferentes ocasiões, e veiculadas no Instagram da marca.

Ilustração 3: Clientes vestindo Sol Brand.



Fonte: Elaborado pela autora a partir de imagens coletadas no Instagram da Sol Brand, 2025.

2.2 Estratégias de marketing e posicionamento

No livro Marketing 3.0 (2010), Philip Kotler afirma que o marketing contemporâneo vai além da simples venda de produtos: ele busca criar e agregar valor à marca. Nesse contexto, as marcas devem construir sua identidade a partir de valores humanos e propósitos claros, que promovam conexões emocionais e significativas com os consumidores. O marketing passa a ter um papel mais profundo, propondo um diálogo verdadeiro com o público, que não busca apenas bens materiais, mas também experiências e identificação.

A Sol Brand atua alinhada a essa visão, pois sua proposta de marca não se restringe à oferta de vestuário, mas à comunicação de um estilo de vida consciente e sensível. Sua estratégia de marketing reflete a busca por autenticidade, transmitindo seus valores por meio de produtos, preços, canais e formas de promoção coerentes com seu propósito. Segundo Kotler no livro Administração de Marketing (2006), os quatro elementos centrais do marketing (produto, preço, praça e promoção) ajudam a entender como uma marca constrói seu posicionamento no mercado. No caso da Sol Brand, esses pilares se manifestam de forma alinhada aos seus valores e objetivos.

- **Produto:** O portfólio da Sol Brand é composto por roupas com design moderno e foco no caimento e no toque dos tecidos. As peças são desenvolvidas com atenção ao acabamento, modelagem e escolha de materiais, refletindo o compromisso da marca com a qualidade e a estética sofisticada com sensualidade. O produto carrega, além da função utilitária, um significado que se conecta ao estilo de vida de quem busca elegância, conforto e um toque de ousadia. Além disso, um diferencial da marca são suas estampas autorais e exclusivas.

As categorias principais englobam vestidos, blusas, saias e calças, trabalhadas em tecidos como viscose, poliéster e cetim. As modelagens exploram tanto a leveza e fluidez quanto o apelo sensual das peças, enquanto as estampas digitais reforçam a identidade criativa da marca. Abaixo, na Ilustração 4, podemos observar um conjunto de *looks* apresentados em

still — fotografia da peça utilizando um ‘manequim fantasma’, dando ênfase no seu formato — recurso que permite visualizar com clareza cada categoria do portfólio.

Ilustração 4: Categorias de vestuário da Sol Brand em *still*



Fonte: Desenvolvido pela autora a partir de imagens coletadas do Instagram da marca, 2025.

Além das roupas femininas, o portfólio da Sol Brand abrange os setores de *beachwear*, *underwear* e acessórios.

O *beachwear* — moda praia — da marca inclui uma variedade de biquínis, maiôs e pareôs com diferentes modelagens.

Já a categoria *underwear* — roupa de baixo — é caracterizada por maiôs, calcinhas, tops e vestidos justos ao corpo disponíveis em uma variedade de tons. Essa coleção é pensada para ser usada por baixo das peças que apresentam transparência, de acordo com a preferência da cliente e ocasião de uso.

Por fim, os acessórios da Sol Brand incluem lenços com estampas exclusivas e uma bolsa de couro com aplicação de ilhós.

Abaixo, na Ilustração 5, podemos observar um *moodboard* com fotos obtidas no site e Instagram da Sol Brand, onde cada uma simboliza uma categoria de produtos da marca.

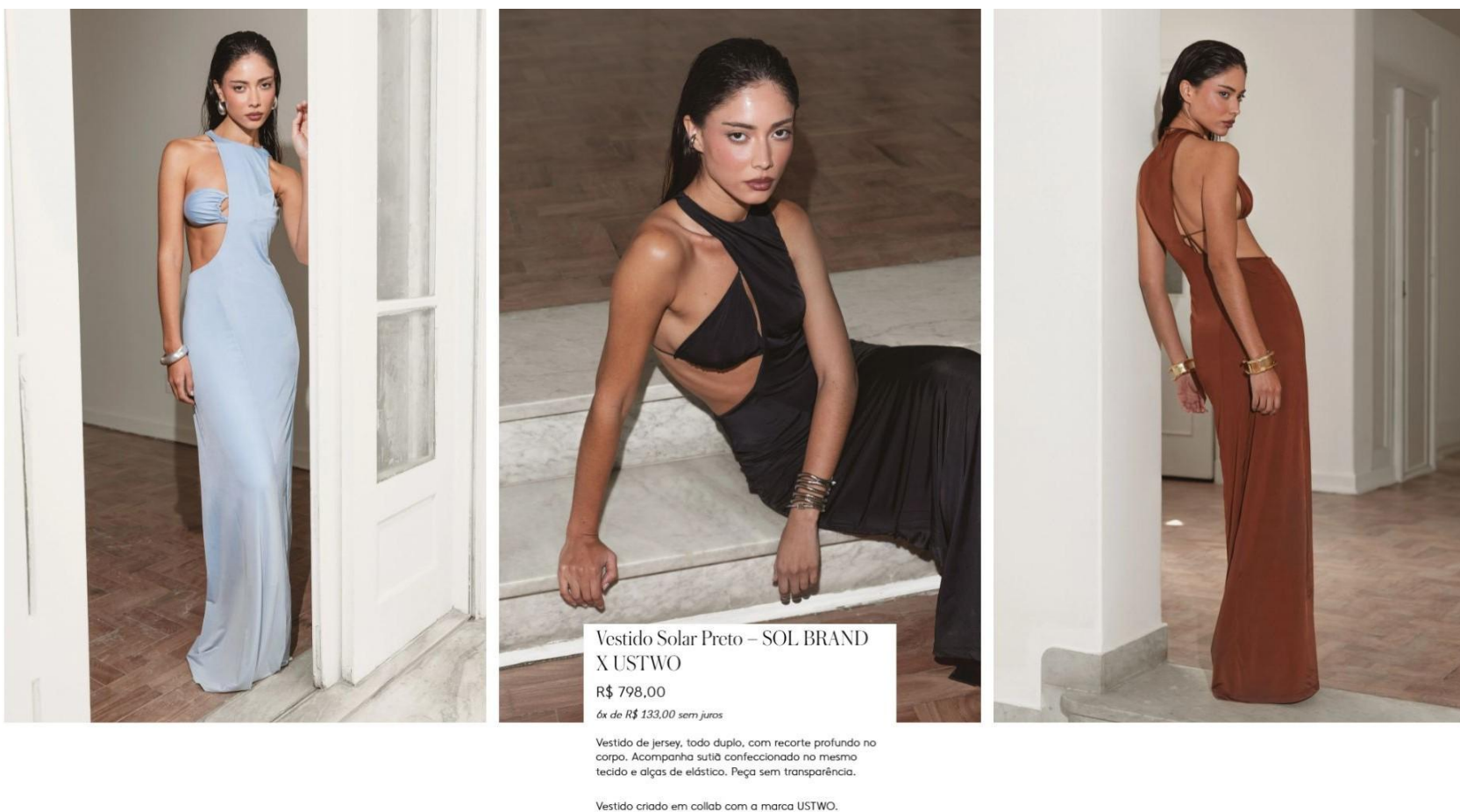
Ilustração 5: Categorias de vestuário da Sol Brand: Acessórios, beachwear e underwear.



Fonte: Desenvolvido pela autora a partir de imagens coletadas do site da Sol Brand, 2025.

Em colaborações especiais, como com a marca Us Two, foram explorados recortes, tecidos ajustados e acabamentos que ressaltam o corpo. A colaboração conta com apenas uma peça, o vestido Solar, disponível em três variações de cor: Azul, preto e marrom — como destacado na Ilustração 6.

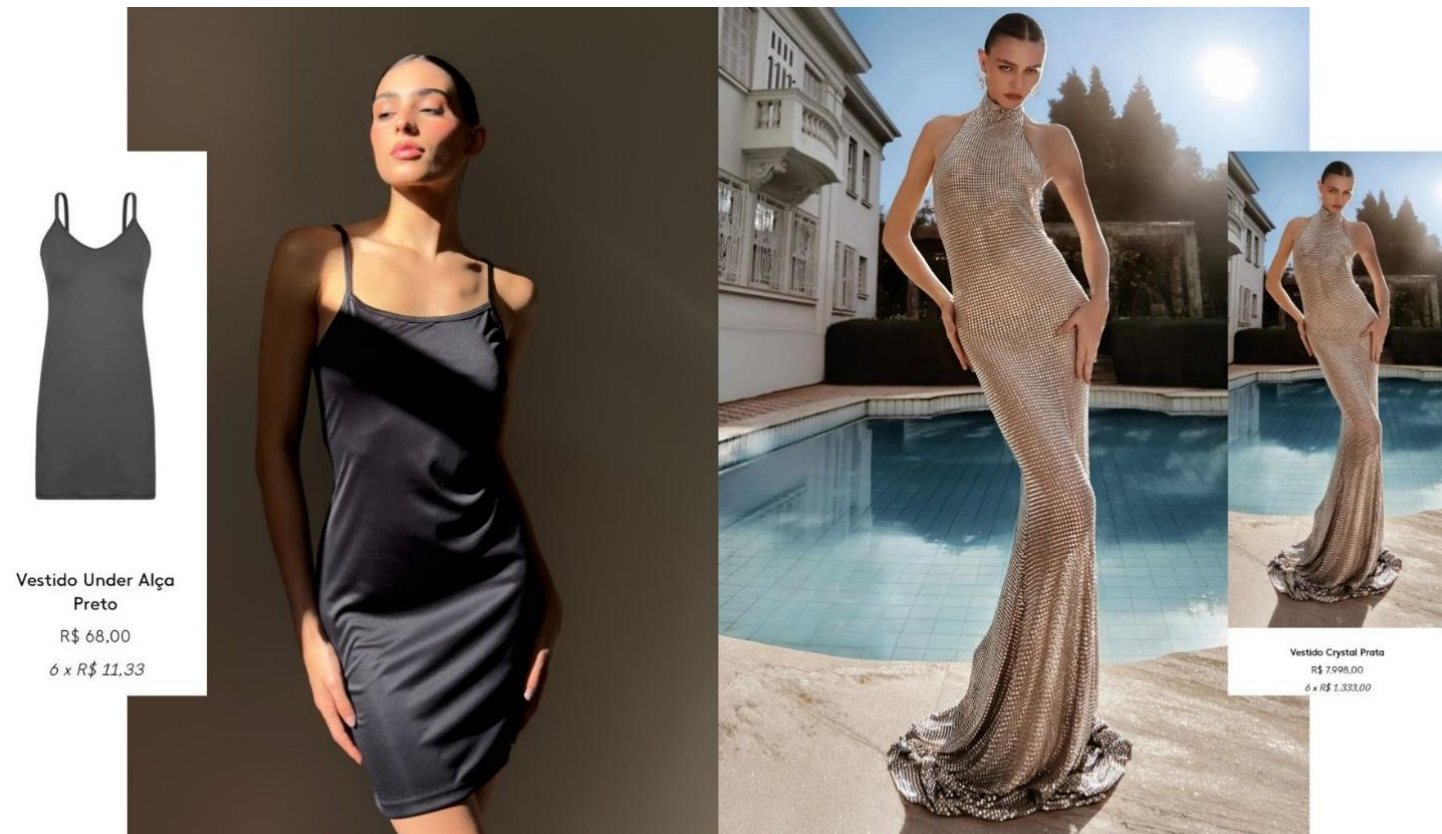
Ilustração 6: *Collab* — coleção colaborativa — de Sol Brand e Us Two.



Fonte: Desenvolvido pela autora a partir de imagens coletadas do site da Sol Brand, 2025.

- **Preço:** A marca pratica um posicionamento de preço intermediário a premium dentro do segmento de moda feminina. A precificação reflete o valor agregado pela produção, proposta estética e público alvo, alinhando-se a um público que reconhece e valoriza esses atributos. Hoje, as peças da marca variam entre R\$68 (vestido segunda pele) e R\$7998 (vestido com aplicação de cristais), como indicado abaixo, na Ilustração 7.

Ilustração 7: Peças de menor e maior valor da Sol Brand.



9

Fonte: Desenvolvido pela autora a partir de imagens coletadas do site da Sol Brand, 2025.

A maior parte dos produtos da Sol Brand estão na faixa de preço de R\$400 a R\$800, como exemplificado na Ilustração 8.

Ilustração 8: Faixa de preço da Sol Brand.

☰ SOL BRAND 🔍 📏

<p>Vestido Vênus Tropical Green R\$ 698,00 6 x R\$ 116,33</p>	<p>Vestido Vênus Marrom R\$ 698,00 6 x R\$ 116,33</p>	<p>Vestido Elektra Preto R\$ 648,00 6 x R\$ 108,00</p>	<p>Vestido Sunset R\$ 548,00 6 x R\$ 91,33</p>	<p>Mini Pareô Electric Blue R\$ 198,00 6 x R\$ 33,00</p>	<p>Vestido Safira Preto R\$ 598,00 6 x R\$ 99,67</p>	<p>Regata Halter Made in Brazil Preta R\$ 248,00 6 x R\$ 41,33</p>	<p>Calça Lyra Electric Blue R\$ 398,00 6 x R\$ 66,33</p>
<p>Vestido Ísis Preto R\$ 648,00 6 x R\$ 108,00</p>	<p>Vestido Longo Maxi Paetê Marrom R\$ 798,00 6 x R\$ 133,00</p>	<p>Top Kaya Electric Blue R\$ 428,00 6 x R\$ 71,33</p>	<p>Camisa Musseline Electric Blue R\$ 448,00 6 x R\$ 74,67</p>	<p>Top Kaya Tropical Green R\$ 428,00 6 x R\$ 71,33</p>	<p>Camisa Musseline Tropical Green R\$ 448,00 6 x R\$ 74,67</p>	<p>Vestido Ônix Marrom R\$ 448,00 6 x R\$ 74,67</p>	<p>Vestido Ônix Preto R\$ 448,00 6 x R\$ 74,67</p>

h

Fonte: Desenvolvido pela autora a partir de imagens coletadas do site da Sol Brand, 2025.

- **Praça:** Quanto à praça, a Sol Brand adota uma estratégia de distribuição que combina o digital e o físico. Atualmente, a marca comercializa seus produtos principalmente por meio de sua loja virtual e do Instagram, canais de comunicação direta com seus consumidores. Em relação aos pontos de venda físicos, a marca está presente em Belo Horizonte e em São Paulo na Casa Pitanga Rosa, espaço colaborativo que reúne diversas marcas de moda feminina, como destacado na Ilustração 9.

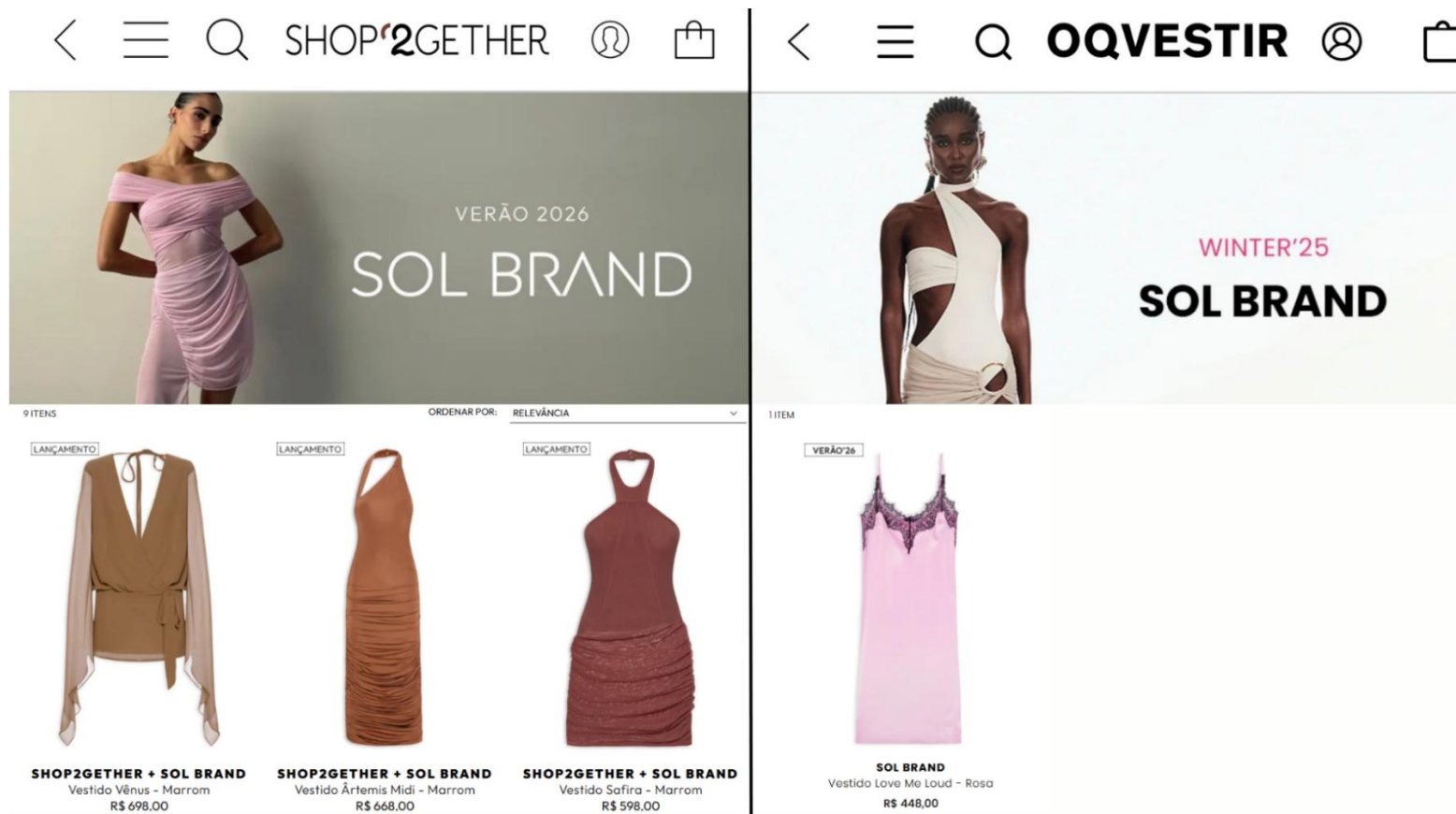
Ilustração 9: Casa Pitanga Rosa.



Fonte: Imagens coletadas do Instagram da Casa Pitanga Rosa.

A distribuição da marca também se estende a *e-commerces* de moda — sites onde são comercializados produtos de diversas marcas e segmentos de moda — como Shop2gether e OQVestir, porém com seu portfólio reduzido. Abaixo, na Ilustração 10, é possível ver a interface e produtos de ambos os sites.

Ilustração 10: Interface da página da Sol Brand nos *e-commerces* Shop2gether e OQVestir.



Fonte: Elaborado pela autora a partir de *prints* dos sites Shop2gether.com.br e OQVestir.com.br, 2025.

- **Promoção:** A estratégia de divulgação da Sol Brand prioriza uma comunicação visual elegante e com atitude, presente em suas redes sociais. A marca aposta em editoriais e fotos que enfatizam a estética clean, criando uma identidade visual consistente. Seus principais canais são o Instagram, para a maior parte de suas publicações, o WhatsApp, para atendimentos, e o TikTok, para conteúdos mais descontraídos e de bastidores.

Atualmente, as estratégias mais eficazes na divulgação da marca nas redes sociais tem sido os *reels* — vídeos curtos verticais veiculados no Instagram — e provadores, onde uma modelo experimenta as peças e mostra os detalhes de forma bem natural. Dessa forma, a Sol Brand consegue alcançar novos públicos, aumentando sua visibilidade.

Além disso, a marca amplia sua visibilidade por meio de colaborações, como as realizadas com a designer Thaise Juriatti, que resultaram em duas coleções: a primeira, com peças mais estruturada em tecidos como cetim e tule, e a segunda, com peças mais fluidas, mantendo o cetim e explorando o uso do musseline, como mostrado na Ilustração 11.

Ilustração 11: Peças das colaborações entre Sol Brand e a designer Thaise Juratti.



Fonte: Desenvolvido pela autora a partir de imagens coletadas do site da Sol Brand, 2025.

Outro aspecto essencial para toda marca, é ter seu público-alvo bem estabelecido. De acordo com o site e publicações da Sol Brand nas redes sociais, as peças são idealizadas para mulheres jovens, livres, que amam viver o dia e curtir a noite e que usam a moda para além da expressão pessoal, mas como uma extensão do seu ser. A mulher Sol Brand gosta de viajar e sente a necessidade de roupas que transitem da praia até uma festa à noite. A seguir, na Ilustração 12, um *moodboard* que ilustra o público ideal para a marca.

Ilustração 12: *moodboard* de público-alvo da Sol Brand



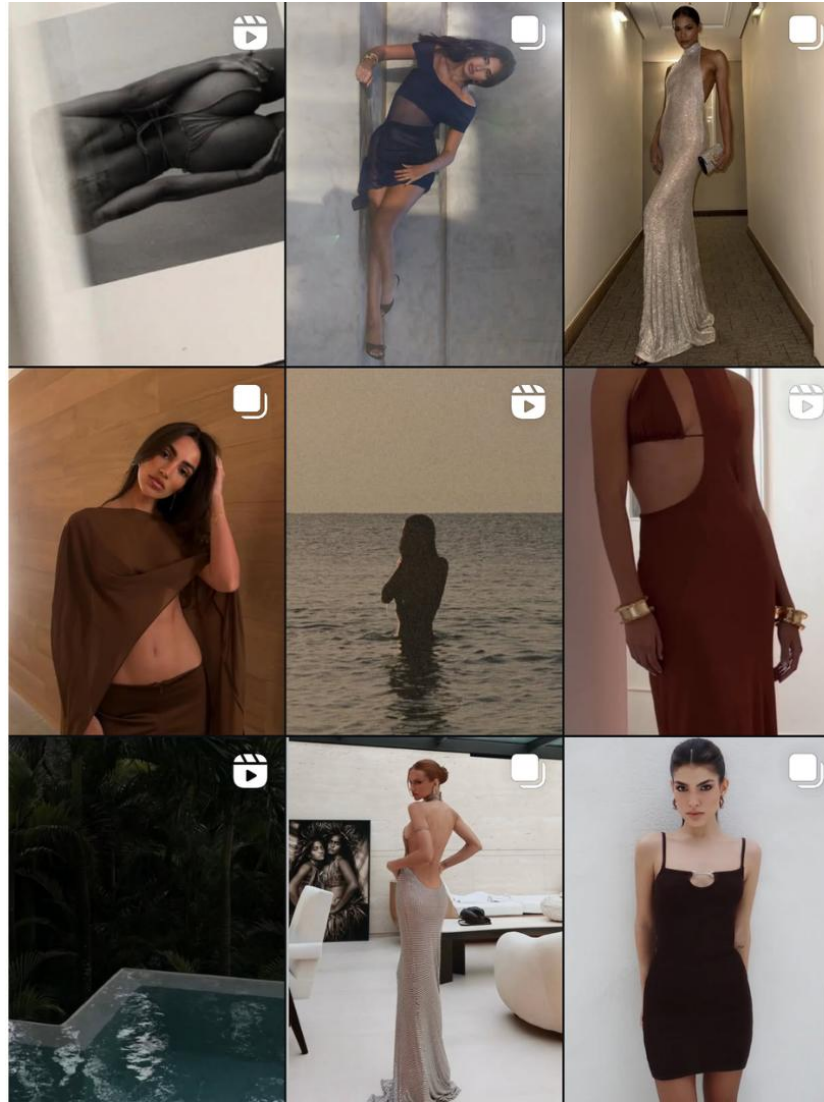
Fonte: Desenvolvido pela autora a partir de *prints* de *fashion film* e imagens coletadas dos site Pinterest e Sol Brand, 2025

2.3 Comunicação atual da marca

A Sol Brand utiliza como principal canal de comunicação o Instagram, onde compartilha fotos profissionais, postagens de clientes e influenciadoras, vídeos curtos e imagens de “respiro”, que não necessariamente focam no produto, mas agregam ao universo da marca. Sua linguagem visual é sensível e elegante e constrói uma atmosfera sofisticada.

As postagens variam entre imagens de editorial, amadoras, detalhes dos tecidos, inspirações de *styling* — formas de compor as peças, com acessórios e bolsas, tradução nossa — e momentos do cotidiano, sempre mantendo a coerência com os valores e a estética minimalista da Sol Brand, como pode ser observado na Ilustração 13.

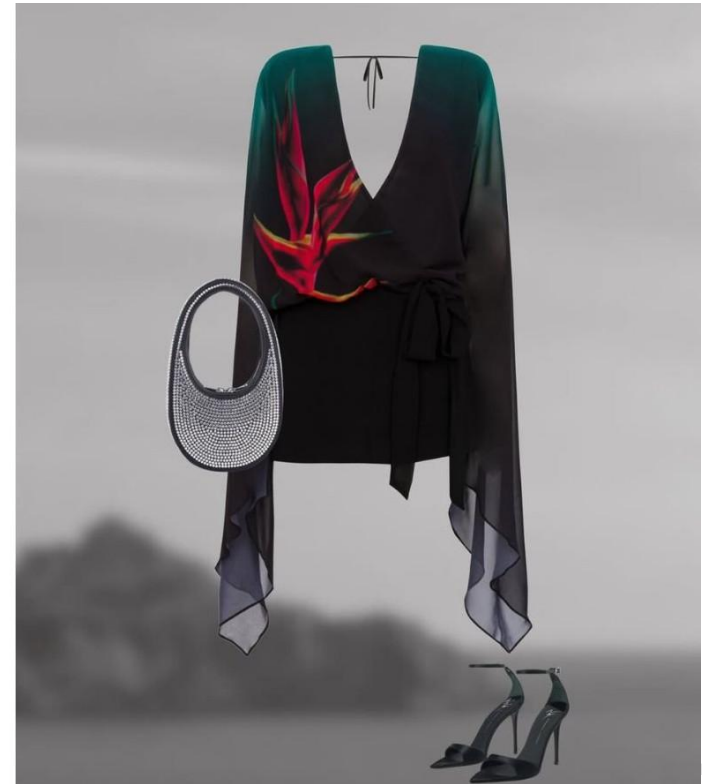
Ilustração 13: Feed do Instagram da Sol Brand.



Fonte: *print* do Instagram da Sol Brand, 2025

Além das fotos mais produzidas, com modelos e cenários marcantes, a marca também utiliza com frequência postagens em *still* como recurso para apresentar diferentes formas de combinação das peças da Sol Brand. Esse formato é relevante por oferecer inspirações de *looks* completos, facilitando a visualização da consumidora e ajudando-a a se imaginar vestindo a peça, como visto na Ilustração 14.

Ilustração 14: Formas distintas de dar destaque à mesma peça: Editorial X *still* com ideia de *styling*.



Fonte: Elaborado pela autora a partir de fotos coletadas do Instagram da Sol Brand, 2025.

Uma marca registrada das fotos publicadas pela Sol Brand é a presença de elementos da natureza, como as praias, o mar, as pedras e o céu. As fotos em plano aberto fazem com que o cenário, por mais bonito que seja, fique em segundo plano, complementando perfeitamente a peça em destaque, como mostrado na Ilustração 15.

Ilustração 15: Editorial com estética natural, onde o foco é nas cores, textura, movimento e brilho do vestido.



Fonte: Desenvolvido pela autora a partir de imagens coletadas do Instagram da Sol Brand, 2025.

A Sol Brand constrói uma comunidade em que a cliente não busca comprar só o produto, e sim o *lifestyle* traduzido pela marca. Sua comunicação atual reforça valores como autenticidade, liberdade, feminilidade e ousadia. Embora consistente e fiel ao DNA da marca, ainda há espaço para expandir esse universo por meio de novos formatos visuais e narrativos que possam explorar de maneira mais profunda a essência e os desejos de sua consumidora.

Nesse sentido, será realizada a seguir uma breve análise de um *fashion film* já produzido pela marca, de forma a compreender como esse recurso tem sido utilizado até agora em sua comunicação.

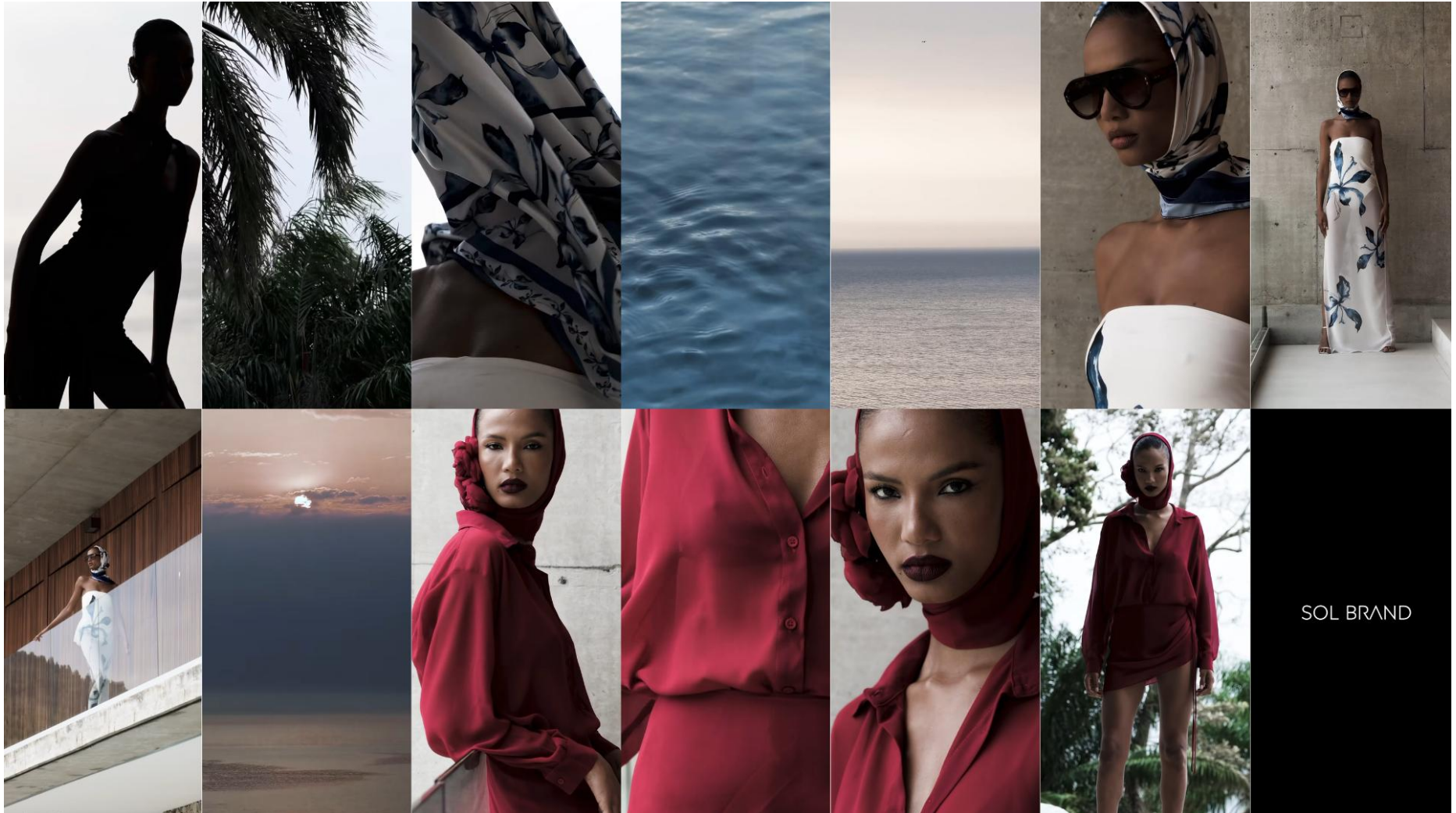
2.3.1 *Fashion film*

A Sol Brand publica com frequência conteúdos em vídeo, mas sua maioria não entra na categoria de *fashion film* por conta de sua curta duração. Um *fashion film* costuma variar entre 30 segundos e 20 minutos, e grande parte dos vídeos encontrados nas redes sociais da marca apresentam no máximo 20 segundos.

O vídeo que apresenta a coleção Primavera/Verão 2025 foi selecionado como estudo de caso, assim comparando o que a marca já executa, em termos de cinematografia, com inspirações de filmes produzidos por outras marcas de moda que tenham uma comunicação compatível com a da Sol Brand.

O título da produção é Blue Veil SS25, tem pouco mais de um minuto de duração e está disponível no Instagram da marca. Tem como inspiração a vastidão e enigma do mar. O cenário varia entre cenas de natureza, com mar e céu em destaque, e takes ambientados dentro de uma casa com arquitetura moderna, explorando locais como a varanda, área da piscina e corredores. Abaixo, na Ilustração 16, está presente um *storyboard* simplificado da produção — sequência de imagens que ajuda a estruturar uma produção cinematográfica, tradução nossa.

Ilustração 16: *Storyboard do fashion film Blue Veil da Sol Brand.*



Fonte: Elaborado pela autora a partir de imagens coletadas do *fashion film* da Sol Brand, disponível no Instagram da marca

(<https://www.instagram.com/reel/DAULuiSLDk/?igsh=Y3psZzY3aXBrdm5o>) , 2025.

No filme, a modelo aparece com dois *looks*: o primeiro, combinando um vestido longo estampado e um lenço de mesma estampa enrolado na cabeça; e o segundo, um conjunto monocromático vermelho, que apresenta uma camisa de botão, uma saia estilo *pareô* transpassada e um lenço com aplicação de flores de tecido enrolado na cabeça. As principais cores observadas no vídeo são o branco e o azul, presentes nas cenas externas e na estampa do *look* 1, mas também em destaque estão o cinza, visto nas paredes e chão da casa, marrom, presente na arquitetura da casa e vermelho, como no *look* 2. O vídeo tem um teor dramático e forte, com tonalidade fria e trilha sonora de ópera.

3 *Fashion film* em marcas

Nesse capítulo, será abordado brevemente a importância do *fashion film* para a comunicação de marcas de moda, assim como o levantamento de elementos indispensáveis para uma produção audiovisual bem-sucedida, como a presença de um contexto, cenografia, recursos de áudio (música ou sons) e edição.

Após a introdução dos conceitos de forma teórica, se inicia a análise de *fashion films* de marcas que se conectem com a Sol Brand e tenham experiência no uso da cinematografia na promoção de seus produtos. Nessa etapa, buscamos referências, principalmente visuais, que tenham o potencial de enriquecer o projeto final.

3.1 Elementos de comunicação no *fashion film*

Um *fashion film* é um vídeo de moda de curta duração que utiliza recursos cinematográficos, como roteiro, fotografia e edição, para apresentar a estética, os conceitos e as ideias de uma marca ou coleção. Além disso, é uma ferramenta de comunicação com grande potencial dentro do mercado de moda. Através dele, conseguimos contar uma história e guiar o público através de uma experiência conceitual e sensorial.

Conforme Bordwell; Thompson (2013 apud Silva; Neves, 2021, p. 248), a arte cinematográfica é desenvolvida por dois elementos básicos: o estilo e a forma. O estilo inclui os aspectos práticos, como a montagem, cinematografia, cenários e trilha sonora. Já a forma se refere ao produto final, após a junção de todos os processos realizados na execução do projeto.

Os principais elementos presentes em qualquer produção cinematográfica, incluindo o *fashion film*, são: narrativa, visual, cenografia, som, ritmo e edição.

A narrativa é o que guia toda a produção e dá contexto à produção. Uma boa narrativa pode contar uma história, mas também pode ter caráter conceitual, o importante é provocar no espectador um sentimento, transformando as roupas em algo mais significativo. É a partir da narrativa que todos os outros elementos serão definidos.

O visual é a combinação de todos os aspectos estéticos do vídeo, como a iluminação, fotografia e planos de filmagem. A estética visual ajuda a definir a atmosfera do filme e o que vai ser assistido.

A cenografia é composta pelo cenário e por todos os objetos que estão em cena. A escolha do cenário é uma das etapas mais importantes do *fashion film*, ela representa a maior parte da tela, então é imprescindível que se encaixe com o conceito do filme e com os produtos que serão destacados.

O som, além de tratar da trilha sonora, também é responsável por efeitos sonoros, que, dependendo da produção, tem caráter essencial para incorporar a atmosfera que está sendo criada. O som trabalha juntamente com a imagem para criar uma experiência imersiva.

Por fim, o ritmo e edição são responsáveis por controlar o fluxo do vídeo. A forma como as cenas são cortadas, a velocidade das transições e a duração dos planos vai definir se o filme será mais lento, acelerado ou dinâmico.

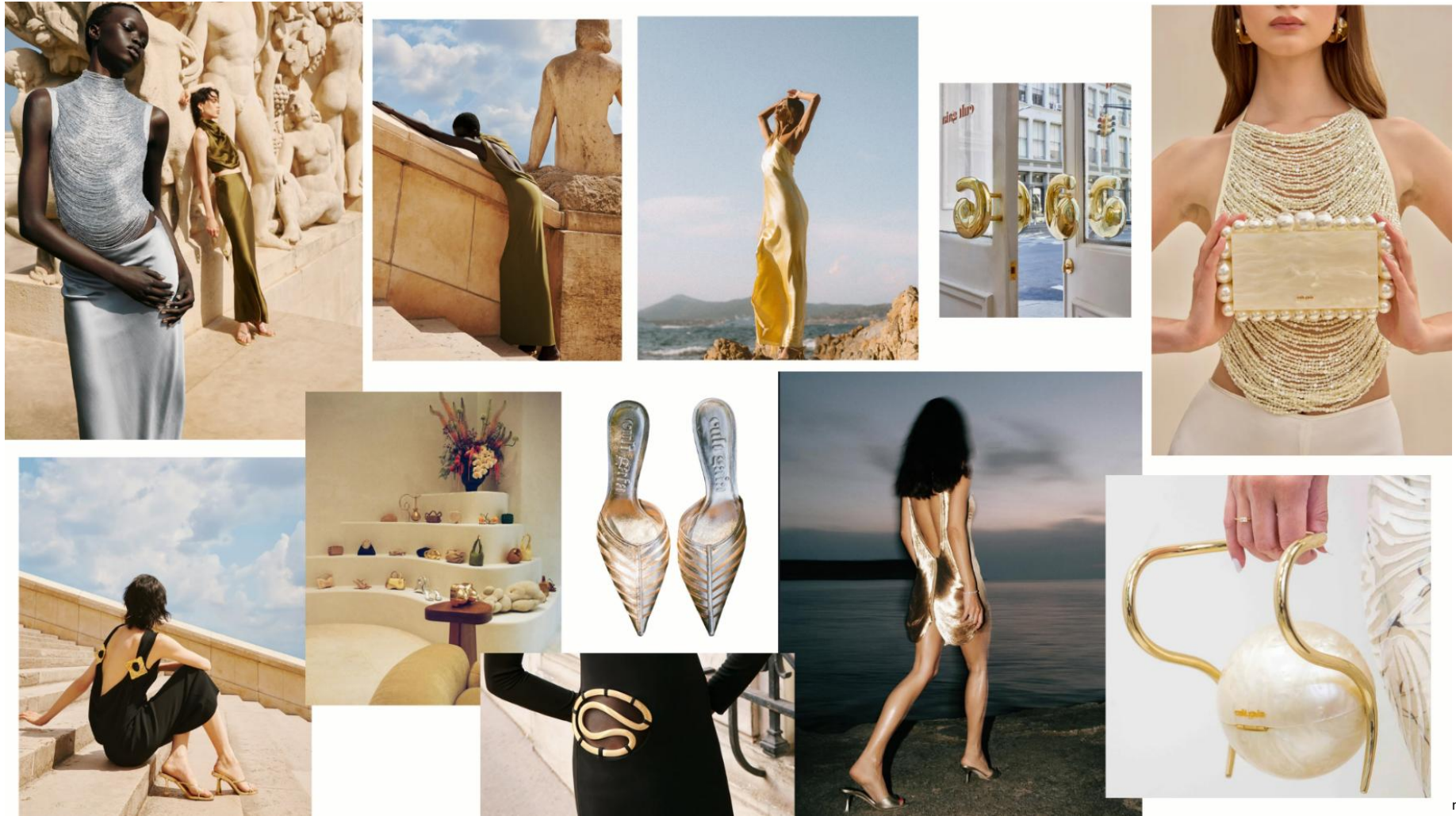
3.2 Estudo de caso: Cult Gaia

A Cult Gaia é uma marca de moda feminina que ganhou destaque por seu forte conceito e identidade visual: A marca explora narrativas visuais que misturam natureza e o místico, tendo como conceito principal o culto ao sagrado feminino.

Fundada em 2012 pela designer Jasmin Larian, a marca teve seu início no segmento de acessórios, e hoje expandiu seu portfólio incluindo roupas *prêt-à-porter* — prontas para vestir e confeccionadas em tamanhos padronizados, tradução nossa —, vestidos de festa, bolsas, sapatos e até fragrâncias. A Cult Gaia ganhou muita atenção nas redes sociais inicialmente por conta de suas bolsas que misturam moda, arte e arquitetura, criando um produto único e com foco em qualidade. Abaixo, na Ilustração 17,

está exposto um *moodboard* — conjunto de fotos que serve para contextualizar e ilustrar um assunto específico, tradução nossa — que representa o DNA da Cult Gaia.

Ilustração 17: Moodboard da identidade visual da marca Cult Gaia.



Fonte: Elaborada pela autora, a partir de fotos coletadas do Instagram da marca, 2025.

A análise da Cult Gaia é relevante para o *fashion film* da Sol Brand porque ambas compartilham pontos de convergência em sua identidade: a valorização do design autoral, a identidade forte e a busca por uma estética marcante que vá além da marca e se torne um *lifestyle*.

O *fashion film* selecionado para análise foi da coleção Resort 2023.

O vídeo tem duração de pouco mais de um minuto e traduz uma narrativa serena, feminina e conectada com a natureza. No filme, é possível observar uma cinematografia limpa e minimalista, mas com presença de elementos impactantes, como as formações rochosas e o cenário desértico. Ainda na cenografia, foram utilizados painéis retangulares coloridos em meio as paisagens naturais, o que enriquece ainda mais o projeto por trazer um toque de modernidade a um cenário tradicional, criando uma estética única.

A música se inicia como uma melodia lenta e tranquila, mas vai evoluindo para batidas mais rápidas.

As peças em destaque nesse vídeo são, em sua maioria, roupas fluidas, com cores vibrantes e recortes ou aplicações que trazem um diferencial.

Abaixo, na Ilustração 18, segue o *storyboard* do filme.

Ilustração 18: Storyboard do *fashion film* de Resort 2023 da Cult Gaia.



Fonte: Elaborado pela autora a partir de prints do *fashion film*, disponível no site Vimeo (<https://vimeo.com/771618130>), 2025.

Uma característica visual muito forte nesse projeto foi o uso das cores sólidas e vibrantes nos tecidos e painéis, trazendo contraste entre o visual escuro, cheio de montanhas e pedras, e o elemento de destaque: as roupas. Abaixo, na Ilustração 19, estão algumas imagens do ensaio fotográfico assinado por Adrien Toubiana para complementar o material visual do Resort 2023 da Cult Gaia.

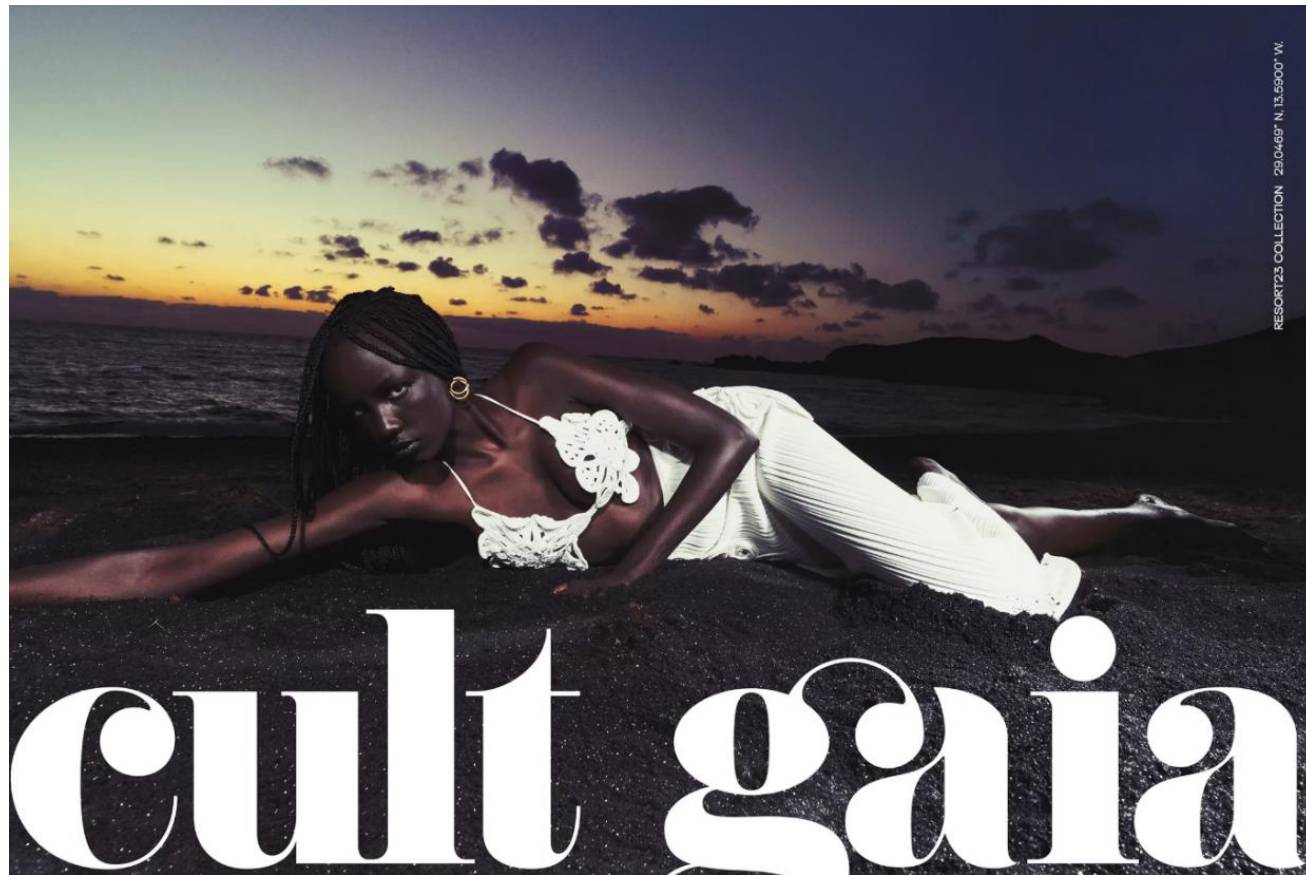
Ilustração 19: Ensaio fotográfico atrelado ao *fashion film*.



Fonte: Elaborado pela autora a partir das fotografias de Adrien Toubiana, 2025.

Com direção criativa de Olivier Leone, o *fashion film* tem um caráter envolvente e profundo. Abaixo, na Ilustração 20, uma fotografia que representa sua estética.

Ilustração 20: Ensaio fotográfico atrelado ao *fashion film*.



Fonte: Foto por Adrien Toubiana.

Alguns elementos observados no filme se tornam inspiração para a execução do fashion film para a Sol Brand. Elementos estes como a ambientação natural, com cenários deslumbrantes que ajudam a compor as peças, a filmagem com planos bem abertos, o vento soprando as roupas e criando um movimento com os tecidos no ar, as cores vibrantes e a narrativa que contempla feminilidade e liberdade.

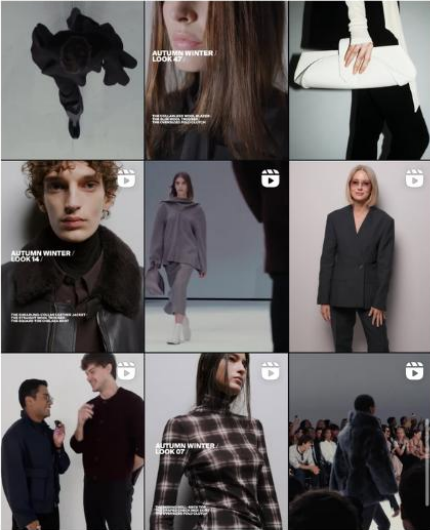
3.3 Estudo de caso: Cos

A COS é uma marca escandinava, parte do grupo H&M, que opera de forma independente desde sua fundação em 2007.

Seu posicionamento de mercado é marcado pelo minimalismo, traduzido em peças básicas, de corte preciso e proporções volumosas que transmitem elegância e atemporalidade.

Um dos valores da marca é o compromisso que assume com confeccionar peças com alta durabilidade, qualidade e inovação, através do uso de materiais orgânicos e reciclados. Além disso, a marca fortalece sua identidade através de colaborações com arquitetos, artistas e designers. Abaixo, na Ilustração 21, é possível ver um *moodboard* que expressa a essência da Cos.

Ilustração 21: Moodboard da identidade visual da marca Cos.



Fonte: Elaborado pela autora a partir de imagens coletadas do Instagram da Cos.

Analisar a Cos é relevante para o desenvolvimento do fashion film da Sol Brand por conta dos pontos de convergência estéticos, a marca traz elementos de linguagem visual que podem servir de inspiração para o projeto.

O *fashion film* selecionado para análise foi da coleção Summer 2024.

Com pouco menos de um minuto de duração, o fashion film que ilustra a coleção de Verão 2024 da Cos traduz uma narrativa que destaca o luxo cotidiano, onde a sofisticação está presente em todo o material, mas de forma natural e harmônica.

Os cenários apresentam uma estética limpa com bastante iluminação natural, o que valoriza os tecidos e formatos das peças. O ambiente principal é uma mansão ampla, com muitas varandas e áreas externas com arquitetura clássica e decoração minimalista, de forma a não tirar destaque da peça e complementá-la naturalmente. Além disso, o azul e o branco são as cores predominantes nesse filme, por das roupas, cor da casa e das diversas cenas em que o mar aparece.

A melodia com ritmo de desfile dá ao *fashion film* um astral mais leve, o que traz o toque descontraído ideal para a produção.

Abaixo, na Ilustração 22, segue o *storyboard* do filme.

Ilustração 22: Storyboard do *fashion film* de Verão 2024 da Cos



Fonte: Elaborado pela autora a partir de prints do *fashion film*, disponível no site Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=tjJK0tErdE8&list=LL>) , 2025.

Dirigido por Andrew Knappett, o *fashion film* reflete elegância e classe, mas de uma forma espontânea e descontraída, com muitos cortes rápidos e diferentes ambientes, o que traz dinamismo para o vídeo. Abaixo, na Ilustração 23, é possível observar algumas fotos produzidas juntamente com o *fashion film*, pela fotógrafa Robin Galiegue.

Ilustração 23: Ensaio fotográfico atrelado ao *fashion film*.



Fonte: Elaborado pela autora a partir de fotos de Robin Galiegue.

Através dos *fashion films* estudados, é possível coletar referências visuais e conceituais, determinando que componentes podem ser repensados e reutilizados para um projeto para a Sol Brand. Um elemento inspirador que serve como contexto inicial para o filme da marca seria o minimalismo poético como narrativa visual. A estética clean e moderna do filme da Cos pode equilibrar a sensualidade e sofisticação em um projeto para a Sol Brand, assim como a essência vibrante e natural do filme da Cult Gaia pode inspirar o conceito e alguns visuais do *fashion film* a ser produzido.

Abaixo, na Tabela 1, é possível comparar diferentes aspectos visuais dos *fashion films* analisados e determinar quais serviriam de inspiração para a produção autoral Occasus Solis.

Tabela 1: Inspiração para o *fashion film* autoral Occasus Solis

	“Blue Veil” Sol Brand	“Resort 2023” Cult Gaia	“Summer 2024” COS	“Occasus Solis” Manoela Pierucci
Locação interna	X		X	X
Locação externa	X	X	X	X
Elementos naturais	X	X	X	X
Detalhes dos tecidos	X	X		X
Plano fechado no rosto da modelo	X		X	X
Takes em câmera digital (efeito <i>vintage</i>)			X	X
Múltiplos modelos		X	X	
Presença de estampas	X			X
Cores vibrantes		X		X

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A partir da análise dos aspectos visuais e conceituais mais relevantes para a proposta da marca, iniciamos a etapa de pré-projeto do *fashion film* para a Sol Brand.

4 Desenvolvimento do *fashion film* para Sol Brand

Para que o desenvolvimento de um projeto como um *fashion film* seja bem-sucedido, é essencial que cada etapa do processo seja planejada e executada de forma fiel. Desta forma, as ações de preparação do *fashion film* são categorizadas entre pré-produção, produção e pós-produção, o que facilita o autor a seguir uma ordem de desenvolvimento do projeto, e simplifica a compreensão para o leitor.

O processo criativo foi conduzido com base nos princípios do *Design Thinking*, metodologia que orienta o desenvolvimento de projetos a partir da empatia, da experimentação e da busca por soluções inovadoras centradas no usuário. Essa abordagem permitiu compreender de forma mais profunda o público e a identidade da marca Sol Brand, conduzindo as decisões criativas e estéticas em cada etapa do *fashion film*.

Durante a pré-produção, aplicaram-se as etapas de empatia e definição, nas quais foram levantadas referências visuais, estudada a essência da marca e identificadas as sensações e valores que o filme deveria transmitir. A ideação ocorreu no momento de elaboração do conceito, roteiro e *storyboard*, quando diferentes possibilidades foram exploradas para construir uma narrativa coerente com a proposta da marca. Na produção, houve uma fase de experimentação prática, testando enquadramentos, iluminação e movimento de câmera, alinhada à etapa de prototipagem. Por fim, a pós-produção corresponde à etapa de teste e refinamento, na qual o material gravado foi editado e ajustado até atingir o resultado desejado.

Assim, o *Design Thinking* foi aplicado como uma ferramenta de apoio ao processo criativo e metodológico, auxiliando na construção de um resultado final mais coeso e significativo, que reflete tanto os valores da marca quanto os objetivos do projeto. A seguir, na Ilustração 24, é possível observar um esquema que explica o método *Design Thinking*.

Ilustração 24: *Desing Thinking* esquematizado.

Fonte: Flow Up, 2023.

Neste capítulo, será relatado todo o processo de execução do *fashion film*, começando com a pré-produção, que é tudo que se planeja antes do dia de gravação, seguindo para a produção e pós-produção.

4.1 Pré-produção: Definição do conceito e narrativa

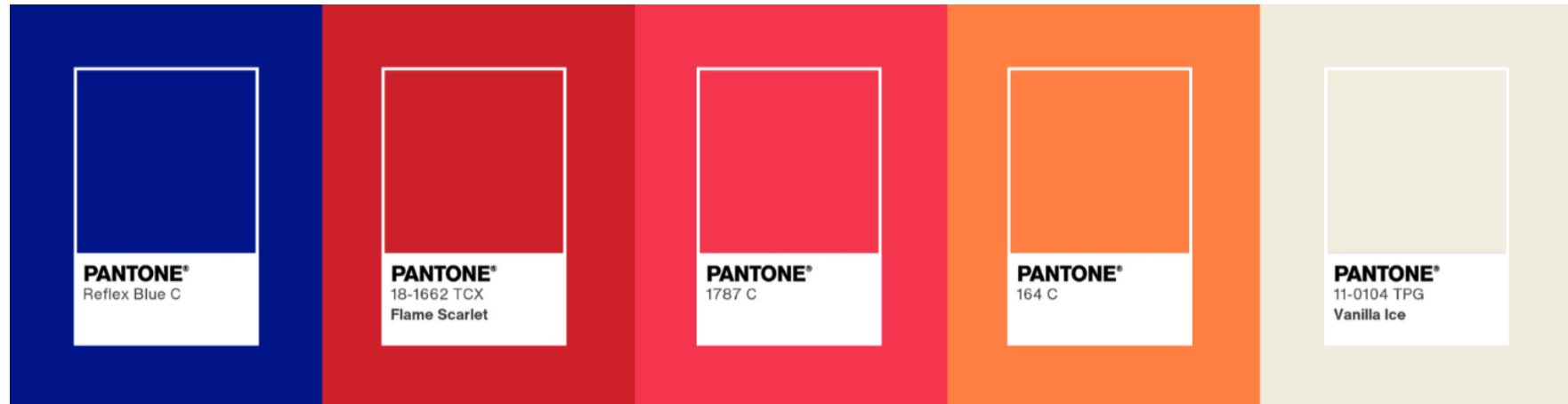
Para um projeto criativo, como a produção de um *fashion film*, é necessário que a primeira etapa seja conceitual, especificamente a criação de um tema, uma narrativa e a definição de qual mensagem seu filme irá transparecer para o espectador.

No caso do projeto atual, a ideia é transmitir o conceito da marca, de peças versáteis que “caminham da praia até as noites quentes” e fazer disso um tema que retrata principalmente a energia da mulher Sol Brand. Pensando nisso, a inspiração principal do *fashion film* é o pôr-do-sol na praia, considerando que é o momento do dia que define perfeitamente o ponto de encontro entre o dia e a noite, reforçando a essência da marca.

A partir dessa ideia, é desenvolvido o conceito do projeto de forma mais aprofundada. O *fashion film* leva o nome de Occasus Solis — “pôr-do-sol” em latim — e a motivação dele é transmitir o pôr-do-sol como mais que uma hora do dia, mas como um estado de espírito, o momento em que o calor do dia ainda está presente na pele, mas a atmosfera em volta começa a se transformar, simbolizando que algo novo está a caminho. Esse momento é representado pela modelo, que identifica a mulher que consome a marca, vivendo essa transição com naturalidade, confiança e leveza.

A forma de simbolizar o pôr-do-sol no *fashion film* é através do figurino, que traz as cores da praia enquanto o sol se põe, com todas as suas nuances, passando pelo azul, laranja e vermelho do céu, e em seguida voltando ao azul do mar e ao branco da espuma das ondas. Abaixo, na Ilustração 25, segue a paleta de cores das peças apresentadas no filme, em código Pantone.

Ilustração 25: Paleta de cores da coleção apresentada no *fashion film*, em código Pantone.



Fonte: Elaborado pela autora a partir do *site* Pantone, 2025.

Para isso, foram selecionados quatro *looks* que simbolizam o pôr-do-sol, visto da praia.

4.1.1. Figurino

Para a etapa de definição de figurino, foi realizada uma pesquisa imersiva no site da Sol Brand para coletar ideias e *looks* compatíveis com a narrativa inicial. Inicialmente, a ideia era buscar *looks* diversos que, ainda dentro do conceito, representassem a essência da marca e explorassem a variedade de peças de seu catálogo.

O *fashion film* é centralizado em uma única modelo, que aparece no trabalho como a persona da marca, assim, para manter o caráter dinâmico da produção, foi definido que o projeto apresentaria aproximadamente quatro *looks*.

Dentre eles, a primeira peça a ser utilizada já era de acervo próprio da autora: Um vestido vermelho em tule, com detalhes como drapeados nas laterais, ombro único, assimetria na barra da saia e alça longa para ser estilizada como uma longa echarpe ao redor do pescoço. O vestido sintetiza diversos aspectos-chave do estilo da marca, como a cor vibrante, o estilo sensual e a versatilidade da peça. Abaixo, na Ilustração 26, a peça no corpo:

Ilustração 26: autora vestindo Vestido Faixa Assimétrico da Sol Brand.



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2024.

Após a pesquisa, foram selecionadas cinco peças que se encaixavam com o tema, porém, incluindo peças reservas, o que amplia a gama de possibilidades, em relação a disponibilidade das peças nos tamanhos e cores corretas. A seguir, na Ilustração 27, a ideia inicial para o figurino.

Ilustração 27: Primeira opção de figurino para *fashion film* Occasus Solis.



p

Fonte: Desenvolvido pela autora, utilizando imagens coletadas das redes sociais da Sol Brand, 2025.

Em seguida, entrei em contato com a marca para verificar a disponibilidade da marca de ceder entre dois e três *looks* para compor o acervo necessário para a produção. A proposta feita à marca foi de uma permuta, onde as peças seriam disponibilizadas em troca de produção de conteúdo, indo além do *fashion film*, e incluindo postagens nas redes sociais da autora, que trabalha como influenciadora digital no nicho de moda. Infelizmente, a permuta não foi realizada ou negociada por conta do cronograma da marca, que não estava trabalhando com qualquer tipo de parceria no momento.

A partir disso, as peças escolhidas foram reunidas através de acervo pessoal: parte da autora e parte da estudante de Design de Moda Giovanna Martino. Dentre esses looks, apenas um leva o design da Sol Brand — o vestido vermelho. Os looks restantes pertencem às marcas Kandy — conjunto azul royal — e Salar — vestidos *off-white* e laranja estampado.

Para ilustrar as peças, foi utilizada a inteligência artificial Gemini na criação dos croquis. As ilustrações foram geradas através do envio de fotos das peças, uma breve descrição de seu caimento e uma imagem de croqui para ser usado como base. Em seguida, foi utilizado o *prompt* — comando para a inteligência artificial, tradução nossa — “gerar croquis que ilustrem os quatro *looks*”.

A seguir, na Ilustração 28, estão os croquis dos *looks* definidos para compor o *fashion film* Occasus Solis:

Ilustração 28: Croquis dos looks apresentados no *fashion film*.



Fonte: Elaborado pela autora, com auxílio da inteligência artificial Gemini, 2025.

4.1.2. Roteiro, planos cinematográficos e *storyboard*

Segundo Lima e Melo (2021), o roteiro é um guia para o diretor e a versão escrita de um espetáculo audiovisual, e é através dele que se inicia o processo criativo e se desenvolve o projeto.

Assim, se inicia o desenvolvimento de roteiro de *Occasus Solis*.

O *fashion film* se inicia com uma cena externa na piscina, utilizando a água como elemento visual introdutório que remete identidade visual da Sol Brand, por conta do tom azul escuro, também utilizado em seu logotipo. Em seguida, a narrativa apresenta os primeiros closes da modelo usando o *look 1*, em azul, em uma ambientação externa com iluminação natural. Esses enquadramentos alternam entre detalhes da água, do ambiente e planos mais amplos que destacam a fluidez da peça e a figura da modelo que representa a marca.

Em seguida, o filme faz uma transição para o ambiente interno, onde é apresentado o *look 2*, em tom *off-white*. Os planos variam entre closes e detalhes da peça, reforçando textura, movimento e a estética leve e sofisticada da marca. A cena seguinte apresenta a mesma peça, porém destacada junto com as plantas na parte externa da locação.

Seguindo para o *look 3*, em tons de amarelo, laranja e rosa, trazendo de volta o cenário externo em um plano geral da modelo, com inclusão de *takes* de detalhes gravados na área interna. A variedade de planos explora a versatilidade das peças dentro de diferentes ambientes.

Na etapa final, é apresentado o *look 4*, em vermelho, apresentado um plano médio gravado em ambiente externo. Em seguida, a narrativa alterna entre variações de planos que evidenciam a leveza e cor do figurino, mantendo a estética vibrante e jovem do projeto.

A partir do roteiro, é desenvolvida uma descrição técnica de cada cena, com o intuito de organizar ideias e a duração do filme. Abaixo, na Tabela 2, a ficha técnica de *Occasus Solis* dividida em descrição das cenas, duração, tipo de cenário (interno ou externo) e figurino usado.

Tabela 2: Descrição técnica do *fashion film*.

TEMPO	DESCRIÇÃO	TIPO DE CENÁRIO	FIGURINO
0s a 5s	Piscina	Externo	-
05s a 11s	Closes modelo – Look 1	Externo	Look 1 – Azul
11s a 12s	Detalhe – água	Externo	-
12s a 14s	Detalhe + modelo	Externo	Look 1
14s a 19s	Plano geral + modelo	Externo	Look 1
20s a 27s	Closes modelo – Look 2	Interno	Look 2 - Off-white
27s a 32s	Detalhe + modelo	Interno	Look 2
33s a 43s	Variação de planos + modelo	Interno e externo	Look 2
44s a 46s	Plano geral + modelo – Look 3	Externo	Look 3 – Laranja
46s a 50s	Closes modelo	Interno	Look 3
50s a 54s	Detalhe + modelo	Interno	Look 3
55s a 1min 3s	Variação de planos + modelo	Interno	Look 3
1min 4s a 1min 6s	Plano médio + modelo – Look 4	Externo	Look 4 – Vermelho
1min 7s a 1min 12s	Variação de planos + modelo	Externo	Look 4

1min 13s a 1 min 17s	Closes modelo	Externo	Look 4
1min 18s	Modelo saindo de cena	Externo	Look 4

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Essa etapa organizacional é ideal para o planejamento dos detalhes do *fashion film*, como o estudo dos planos cinematográficos, para o desenvolvimento de um *storyboard* completo.

Os planos cinematográficos, como estudados nas aulas de Projeto de Comunicação de Produtos e Serviços de Moda ministradas pelas professoras Rosa Lucia de Almeida Silva e Diva Lucia Vieira Costa, são elementos muito importantes da linguagem do filme, pois define o que será mostrado e de que forma. Os planos direcionam o olhar do público, colocando e tirando o destaque dos personagens, elementos ou cenários, de forma a fortalecer a narrativa desenvolvida no roteiro.

Desta forma, é possível explorar alguns dos principais planos utilizados na cinematografia.

Planos abertos:

- **Grande plano geral:** Enquadramento amplo responsável por dar dimensão ao cenário, muito usado em transições entre cenas;
- **Plano geral:** Mostra o ambiente completo, mas com mais detalhes e com o corpo inteiro da modelo enquadrado.

Planos médios:

- **Plano americano:** Enquadra a modelo dos joelhos para cima;
- **Plano médio:** Enquadra a modelo da cintura para cima, equilibrando o foco entre personagem e ambiente.

Planos fechados:

- **Close-Up ou primeiro plano:** Enquadra apenas o rosto da modelo, muito usado para transmitir emoções;
- **Detalhe:** Foco total em um elemento, como um objeto, tecido, sapato, ou alguma parte do corpo da modelo, como a boca.

Abaixo, na Ilustração 29, estão algumas referências visuais que exemplificam cada um desses planos:

Ilustração 29: Exemplos visuais dos planos cinematográficos estudados.



















Fonte: Qu4rto Studio, 2021.

Partindo para o *storyboard*, é nessa etapa que é possível visualizar a ideia do fashion film. O *storyboard* é uma ferramenta utilizada para potencializar o roteiro e a narrativa, e organizar todos os elementos e cenários.

O modelo do *storyboard* é composto por uma sequência de imagem, onde cada uma representa um take, seguindo uma ordem linear. Além disso, na legenda de cada imagem está indicado seu plano de enquadramento. Abaixo, na Ilustração 30, o *storyboard* de inspiração do *fashion film* *Occasus Solis*.

Ilustração 30: *Storyboard* do *fashion film* *Occasus Solis*

 GPG	 C	 GPG	 PG	 D	 PG	
 D	 C	 PG	 GPG	 M	 C	
 D	 M	 PG				<p>GPG Grande plano geral</p> <p>PG Plano geral</p> <p>A Americano</p> <p>M Médio</p> <p>C Close-Up</p> <p>D Detalhe</p>

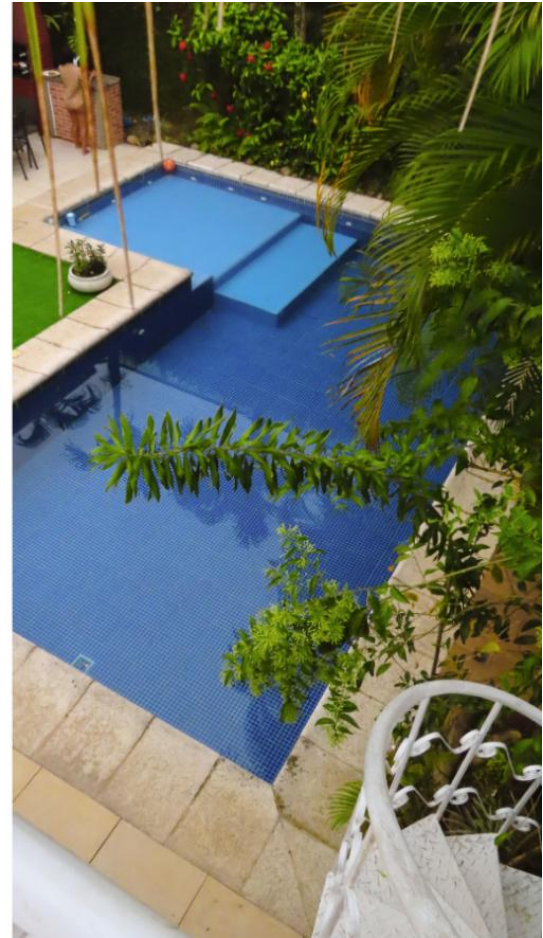
Fonte: Elaborado pela autora, a partir de arquivo pessoal e prints de vídeos das marcas Cos e Gucci, 2025.

4.1.3. Locação

A realização do *fashion film* exige planejamento antecipado, para que todas as entregas do Trabalho de Conclusão de Curso sejam feitas no prazo. O planejamento de datas do pré-projeto se dá início na busca por possíveis locais de gravação.

A ideia inicial do *fashion film* seria a gravação acontecer em ambiente externo, porém, após auxílio da orientadora do projeto, professora Rosanna Naccarato, chegamos à conclusão de que uma produção interna seria o ideal, por garantir mais conforto para toda a equipe. Assim, se inicia a busca de diárias de casas através do site Airbnb. Os pré-requisitos para a escolha do local seriam a presença de área externa ampla, com plantas, piscina e uma variedade de cenários, para trazer dinamismo ao *fashion film*.

A locação utilizada foi uma casa de condomínio no Itanhangá, bairro da Zona Oeste do Rio de Janeiro. O anfitrião do espaço, Tiago, faz as reservas da casa por quarto, e não por espaço inteiro, então, foi realizado um aluguel parcial da casa, onde a casa de hóspedes era privativa e exclusiva para a reserva da autora, mas toda a área externa e algumas áreas internas da casa principal — sala, cozinha, corredores e banheiro — eram áreas comuns de todos os hóspedes. Para evitar que o fluxo de hóspedes fosse muito grande, a reserva foi realizada para os dias 7 e 8 de outubro — terça e quarta — onde no primeiro dia seria realizada a montagem do acervo, e no segundo dia pela manhã seria realizada a gravação. A seguir, na ilustração 31, imagens da locação evidenciando cenários presentes no *fashion film*.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

4.2 Produção

A produção é a etapa em que todo o material necessário é filmado. Nela, o roteiro vai ganhando vida e as cenas previstas no *storyboard* são capturadas. Neste momento, toda a experiência de filmagem será descrita, explorando a produção de moda, com a beleza e *styling*, o *making-of* — processo por trás das câmeras, tradução nossa — e o cronograma dos dias de produção.

4.2.1. Beleza e *styling*

Para essa etapa, foi realizada uma pesquisa de referências onde a fonte principal foram as fotos da própria modelo evidenciada no *fashion film*.

A beleza é sutil, com efeito natural e pele bronzada e iluminada, trazendo nela o calor da Sol Brand. Para o cabelo, foram determinados dois penteados: o cabelo solto com bastante volume, para os looks 1 e 2; e um coque alto e elegante com uma mecha de franja contornando o rosto da modelo, este penteado foi pensado para compor os looks 3 e 4.

A escolha da Júlia, modelo, como autorreferência para a beleza também foi pensada para simplificar a produção, já que a própria modelo também assina sua maquiagem e cabelo. A seguir, na Ilustração 32, o *moodboard* de inspiração da beleza do *fashion film*.

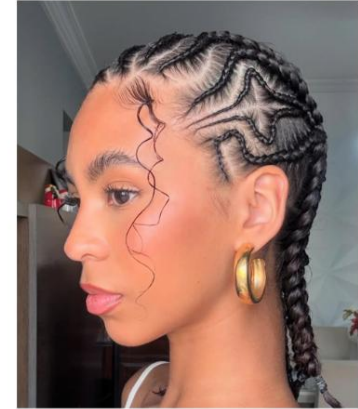
Ilustração 32: *Moodboard* de inspiração de cabelo e maquiagem.



Cabelo



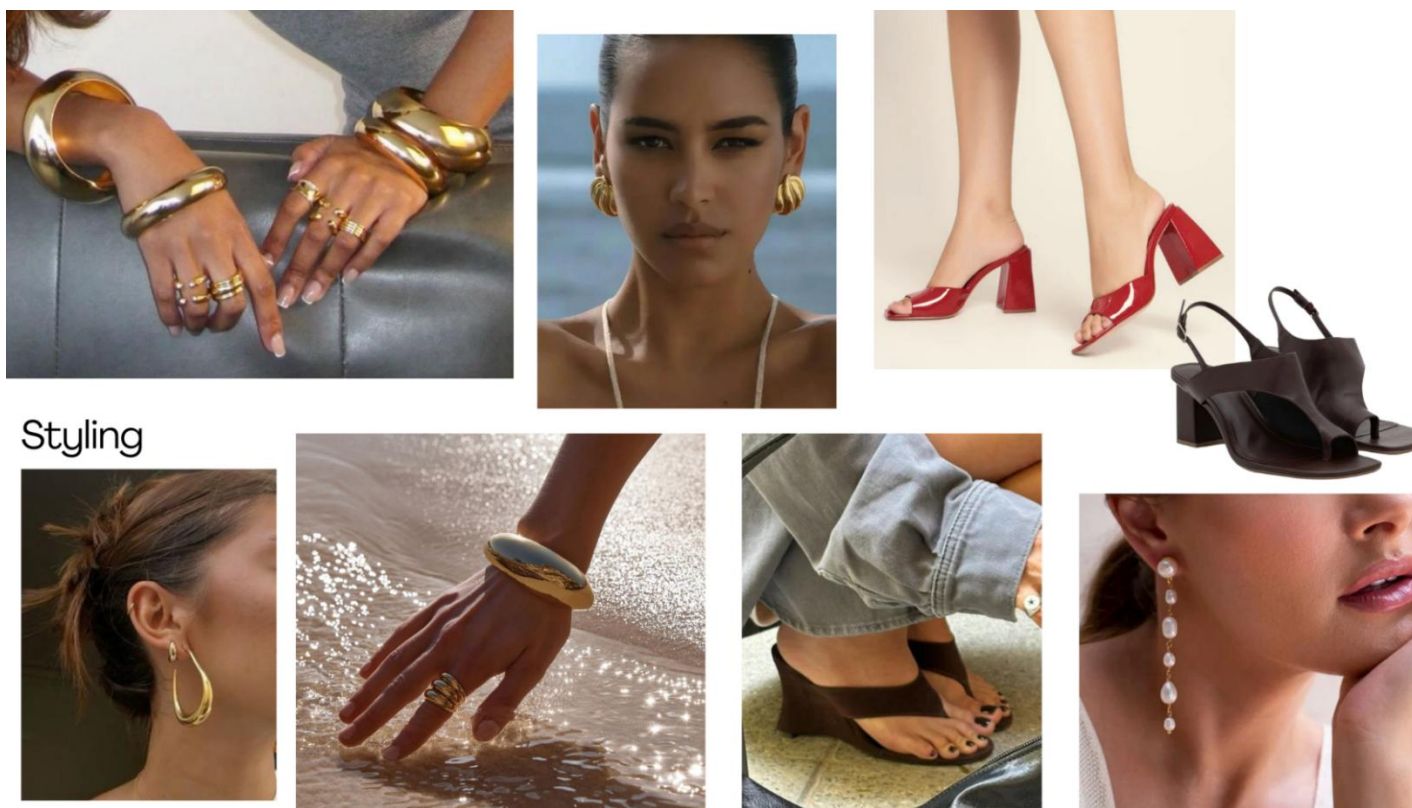
Maquiagem



Fonte: Desenvolvido pela autora, com imagens coletadas do Instagram da modelo (@junasciment_), 2025.

Para o *styling*, a ideia era fazer uma composição que elevasse o look, mas sem tirar o foco das roupas. Os acessórios eram todos dourados, para enfatizar a qualidade solar da marca. Nos pés, sandálias com salto, dando continuidade ao estilo *resortwear* elegante visto na Sol Brand. Abaixo, na Ilustração 33, segue o *moodboard* de inspiração de *styling*.

Ilustração 33: Moodboard de *styling* para o *fashion film*.



Fonte: Desenvolvido pela autora, através de imagens coletadas do site Pinterest e de *e-commerces*, 2025.

Após definir as peças, beleza e *styling* das peças de Occasus Solis, chega o momento de produzir as fichas de cada *look*, o que otimiza tempo nos momentos de prova e trocas de roupa no meio da gravação. A seguir, na Ilustração 34, o *styling* completo de cada *look*, contando com croqui, imagens de cabelo e maquiagem e os acessórios e sapatos finais.

Ilustração 34: Looks finais e styling

LOOK 1



HAIR



BEAUTY



STYLING



LOOK 2



HAIR



BEAUTY



STYLING



LOOK 3



HAIR



BEAUTY



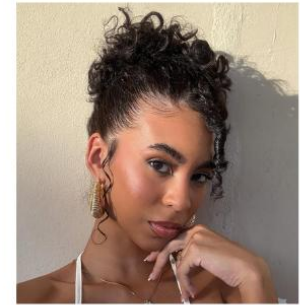
STYLING



LOOK 4



HAIR



BEAUTY



STYLING



4.2.2. Equipe e orçamento

A equipe responsável pela execução do *fashion film* foi composta por três profissionais. Abaixo, na Ilustração 35, segue a ficha técnica das funções exercidas:

Ilustração 35: Créditos.

Júlia Nascimento



Modelo
Beleza

Eduardo de Paulla



Captação
Edição
Fotografia

Manoela Pierucci



Direção de arte
Direção criativa
Fotografia
Produção
Styling
Roteiro

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Para que o *fashion film* fosse possível, foi necessário um orçamento para contratações, locação e *catering* — alimentação da equipe, tradução nossa. Em relação ao restante dos elementos, não houve gastos extras com figurinos e acessórios, por serem itens de acervo pessoal, ou de maquiador e cabeleireiro, por conta de o valor estar incluso na diária da modelo, responsável pelo próprio *beauty*. Abaixo, na Tabela 3, segue o valor total para a produção do filme:

Tabela 3: Orçamento.

Diária da locação	R\$ 342,40
Diária videomaker + edição	R\$ 1200
Diária modelo	R\$ 700
Catering	R\$ 180
TOTAL	R\$ 2422,40

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

4.2.3. Gravação

O processo de gravação se inicia no dia 7 de outubro, ao realizar o *check-in* na locação. Ao chegar na casa, foi feita uma visita completa de todas as áreas comuns para que, a partir disso, fossem definidos os cenários que estariam presentes no filme e quais *looks* seriam gravados em cada cenário. Em seguida, foi realizada uma produção fotográfica simples desses espaços, para uso nos *moodboards* do projeto.

Após essa etapa, se inicia a montagem do acervo. As quatro peças principais foram estendidas em cabides e separadas de acordo com a ordem de uso e os acessórios foram expostos juntamente com seus respectivos looks. Além das peças já definidas, também foram selecionados acessórios extra para o acervo, com uso opcional. Também foram separados itens para auxiliar no caimento e conforto da modelo com a peça, como protetores de seios, fita dupla-face própria para decotes, alfinetes de segurança e grampos de papelaria. A seguir, na Ilustração 36, a disposição do acervo.

Ilustração 36: Acervo.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

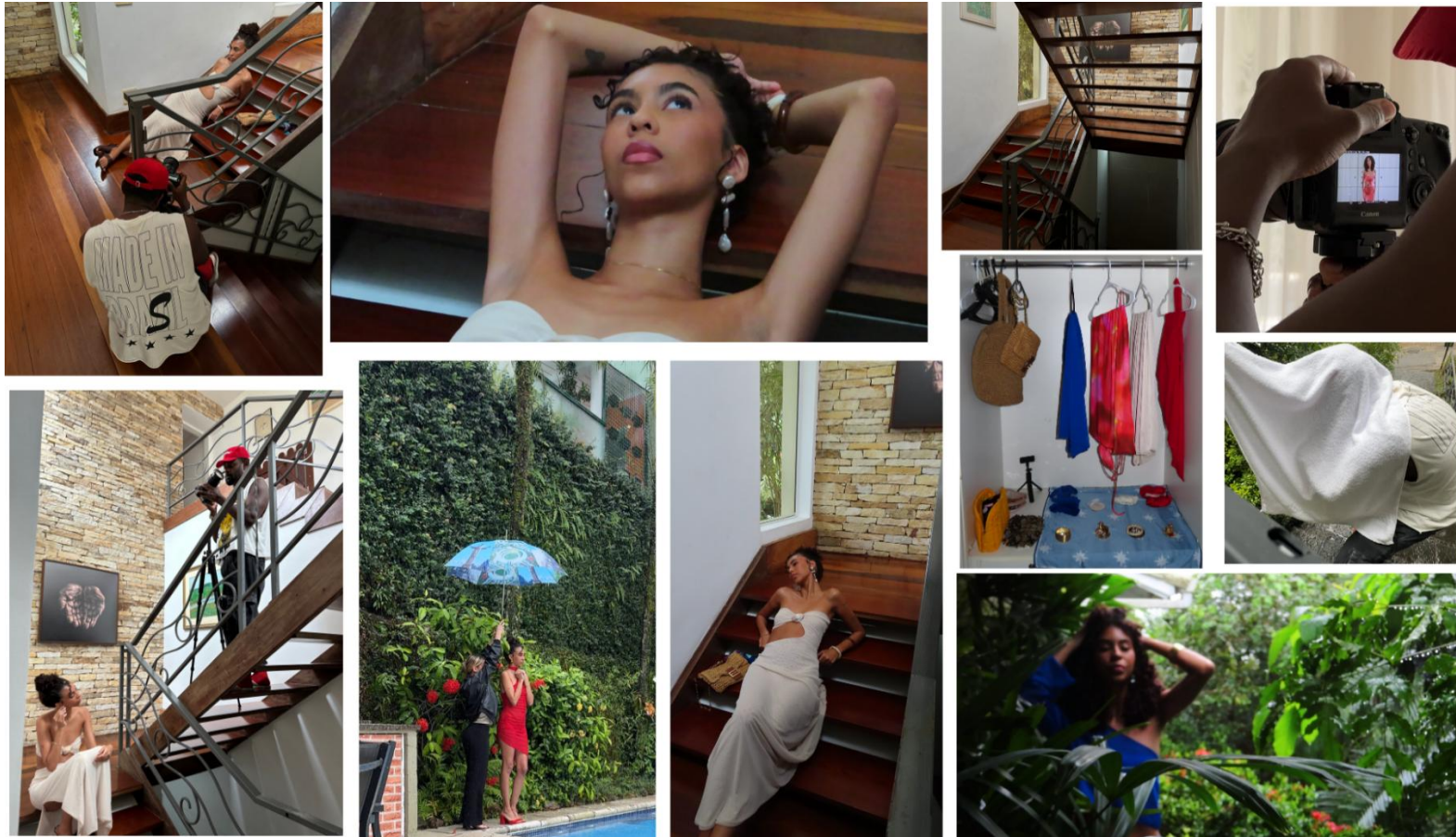
Após a montagem, foi realizada uma reunião de alinhamento criativo com o Eduardo, profissional responsável pela captação e edição do *fashion film*.

Considerando que o início das gravações seria às 7 da manhã, e o bairro onde fica localizada a casa não tem fácil acesso através de transporte público, a equipe foi convidada para dormir na locação na noite anterior a gravação, para assim garantir mais conforto e otimizar tempo. A modelo não pôde comparecer anteriormente, mas combinou a chegada por volta das 06:30h, chegando ao *set* com a maquiagem já pronta.

Iniciando o dia de gravação, o café da manhã foi servido à equipe por volta das 06:50h, seguindo para a prova de roupa da modelo. As filmagens tiveram início às 07:30h e se estenderam até às 11:45h, com três trocas de *look* e uma troca de penteado neste meio tempo.

No dia da gravação, o tempo estava frio e chuvoso durante toda a manhã, então foi necessário uso de guarda-chuva, toalhas e sacolas plásticas para proteger a modelo, as peças e os equipamentos de captação. Por conta da chuva, muitos *takes* foram gravados na parte de dentro da casa, que tem uma arquitetura marcante e elegante, se mantendo fiel a proposta do vídeo. A seguir, na Ilustração 37, é possível observar um *moodboard* do *making-of* da produção.

Ilustração 37: Making-of Occasus Solis.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Abaixo, na Tabela 4, segue o cronograma completo de produção:

Tabela 4: Cronograma

Data	Horário	Atividade
07/08/2025	14h	Check-in na locação
07/08/2025	14:30h	Reconhecimento e produção fotográfica do local para desenvolvimento de <i>moodboard</i> e <i>storyboard</i>
07/08/2025	15h	Definição dos cenários do <i>fashion film</i>
07/08/2025	16h	Montagem e organização do acervo
07/08/2025	19:40h	Chegada do videomaker
07/08/2025	20h	Reunião de alinhamento criativo
07/08/2025	21h	Jantar
08/08/2025	06:45h	Chegada da modelo
08/08/2025	06:50h	Café da manhã
08/08/2025	07:10h	Prova de roupa
08/08/2025	07:30h	Início das filmagens
08/08/2025	08:20h	1ª troca de look
08/08/2025	09:30h	2ª troca de look + troca de penteado
08/08/2025	11h	3ª troca de look
08/08/2025	11:45h	Fim das filmagens + lanche
08/08/2025	12h	Desprodução da modelo + desmontagem

Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Ao fim da filmagem, é realizada a desprodução da modelo, o lanche e a desmontagem do acervo. Nesse momento, se inicia a etapa de pós-produção.

4.3 Finalização e pós-produção

Após desmontar o acervo e guardar todas as peças, é realizado o *check-out* e separação de lavagem de todas as peças utilizadas no *fashion film* para fazer a devolução a seus respectivos arquivos pessoais.

Assim, termina a etapa de produção e se inicia a fase final de elaboração do projeto: a edição.

4.3.1. Edição e veiculação

A edição é o momento em que se dá personalidade a um vídeo, trazendo através de cortes, trilhas sonoras e efeitos especiais a intenção por trás do filme. Ao editar um vídeo e explorar as ferramentas disponíveis, as possibilidades são infinitas.

Para o *fashion film* *Occasus Solis*, tanto a filmagem quanto a edição foram assinadas por Eduardo de Paulla. Abaixo, na Tabela 5, está a ficha técnica completa da produção, onde é possível encontrar informações como a direção, produção, elenco, minutagem do filme, tema, detalhes da edição e sinopse:

Tabela 5: Ficha Técnica:

Título da obra	Occasus Solis
Gênero	Fashion Film
Duração	1 minuto e 19 segundos
Ano de produção	2025
País de origem	Brasil
Direção	Manoela Pierucci
Styling	Manoela Pierucci
Produção	Manoela Pierucci
Roteiro	Manoela Pierucci
Montagem	Manoela Pierucci
Direção de fotografia	Manoela Pierucci
Beleza	Júlia Nascimento
Modelo	Júlia Nascimento
Captação	Eduardo de Paulla
Edição	Eduardo de Paulla
Fotografia	Eduardo de Paulla e Manoela Pierucci
Software de edição	Adobe Premiere

Câmera principal	Canon 6D Mark II
Lente principal	24-70mm f / 2.8 USM II
Formato	Horizontal
Áudio	Happy Together – HATAMITSUNAMI (trilha livre de direitos autorais)

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Sinopse: O *fashion film* *Occasus Solis* tem como intuito inicial propor uma nova estratégia de comunicação para a marca de *resortwear* brasileira Sol Brand, a partir da visão da autora. Nesse filme, acompanhamos a modelo transitando por diferentes ambientes enquanto exibe peças vibrantes e cheias de sensualidade, enquanto dá o tom de elegância a tudo que faz.

É ambientado em uma casa com jardim, o que permite o equilíbrio entre cenas com presença de natureza, e cenas mais sofisticadas, gravadas em área interna.

A modelo representa a essência da garota Sol Brand, e traz em si o pôr-do-sol, não só em suas roupas, mas como estado de espírito, representando liberdade, calor e a transição do dia para a noite, acompanhada da brisa do mar.

Occasus Solis é um projeto leve, sensível e com uma essência dominante, onde as roupas são protagonistas e contam sua história através das cores e movimentos.

O *fashion film* será veiculado nas plataformas Youtube e Vimeo, já que essas interfaces são projetadas para reproduzir vídeos em tela cheia, com qualidade de imagem, enfoque nos detalhes e caráter profissional. Além disso, *Occasus Solis* também será divulgado através do Instagram, por apresentar a possibilidade de que o trabalho seja visto por mais pessoas, principalmente para atingir novos públicos, o Instagram é a plataforma ideal.

4.3.2. *Lookbook*

A etapa final do projeto consiste em criar um portfólio de fotografias realizadas juntamente à filmagem do filme *Occasus Solis*, trazendo um novo ponto de vista sobre o *fashion film*. Além disso, através do *lookbook* também é possível contextualizar a escolha das peças e seu simbolismo dentro do tema.

A seguir, na Ilustração 38, é possível observar *prints* do *lookbook* completo de *Occasus Solis*.

Ilustração 38: Lookbook de Occasus Solis





Conceito

O título *Occasus Solis*, que em latim significa “pôr do sol”, sintetiza a proposta central do fashion film: uma imersão sensorial no universo da Sol Brand, onde luz, movimento e feminilidade se entrelaçam. A obra parte da simbologia do entardecer como metáfora para o brilho e a energia que definem a essência da marca, refletindo o equilíbrio entre a sensualidade natural e a leveza solar presentes em suas criações.

A narrativa visual foi pensada para representar a passagem do dia para a noite, revelando a transformação da mulher Sol Brand: confiante, livre e conectada aos elementos da natureza.



Este look representa o céu e o mar, principais elementos que inspiram a atmosfera da marca.

A tonalidade azul também está presente na identidade visual da Sol Brand, reforçando o vínculo entre o fashion film e o DNA da marca.

O look transmite tranquilidade, frescor e a sensação de pertencimento ao ambiente praiano.



O segundo look simboliza a espuma das ondas e o movimento suave da água.

O detalhe de concha centraliza o contato direto com o mar e os elementos naturais, trazendo uma estética orgânica e delicada que remete à pureza e à feminilidade.





Neste look, a estampa remete às cores do céu durante o pôr do sol, momento que inspira o nome Occasus Solis.

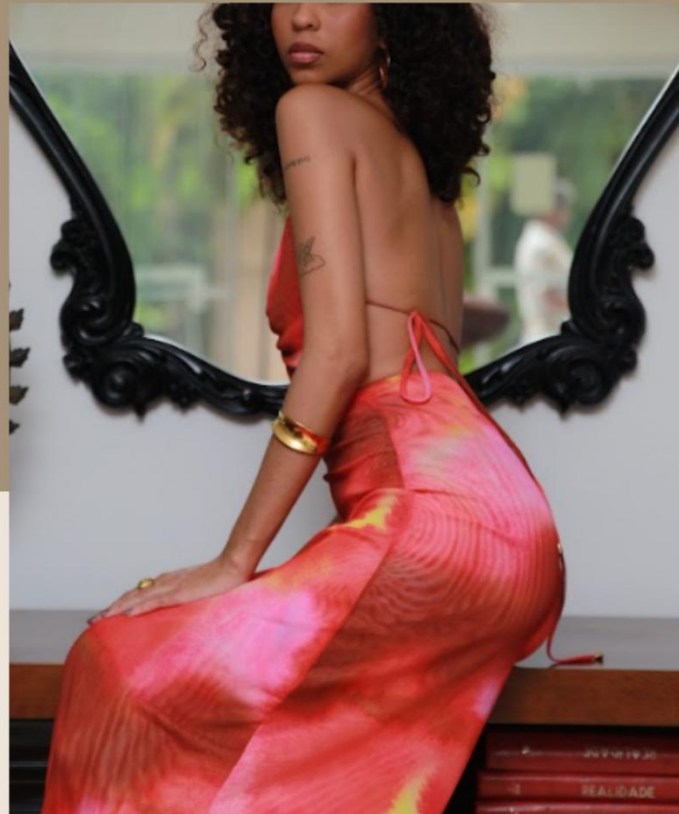
Essa combinação vibrante representa calor, energia e vitalidade, traduzindo a personalidade confiante da mulher Sol Brand.



O look final representa o tom mais intenso do pôr do sol, quando o sol se despede do horizonte.

Essa cor expressa força, paixão e ousadia, encerrando o ciclo solar retratado no *fashion film*.





Faculdade de Design de Moda Senai Ceitqt
Autoria: Manoela Pierucci
Fotografia: Eduardo de Paulla
E-mail: contatomanuelapierucci@gmail.com

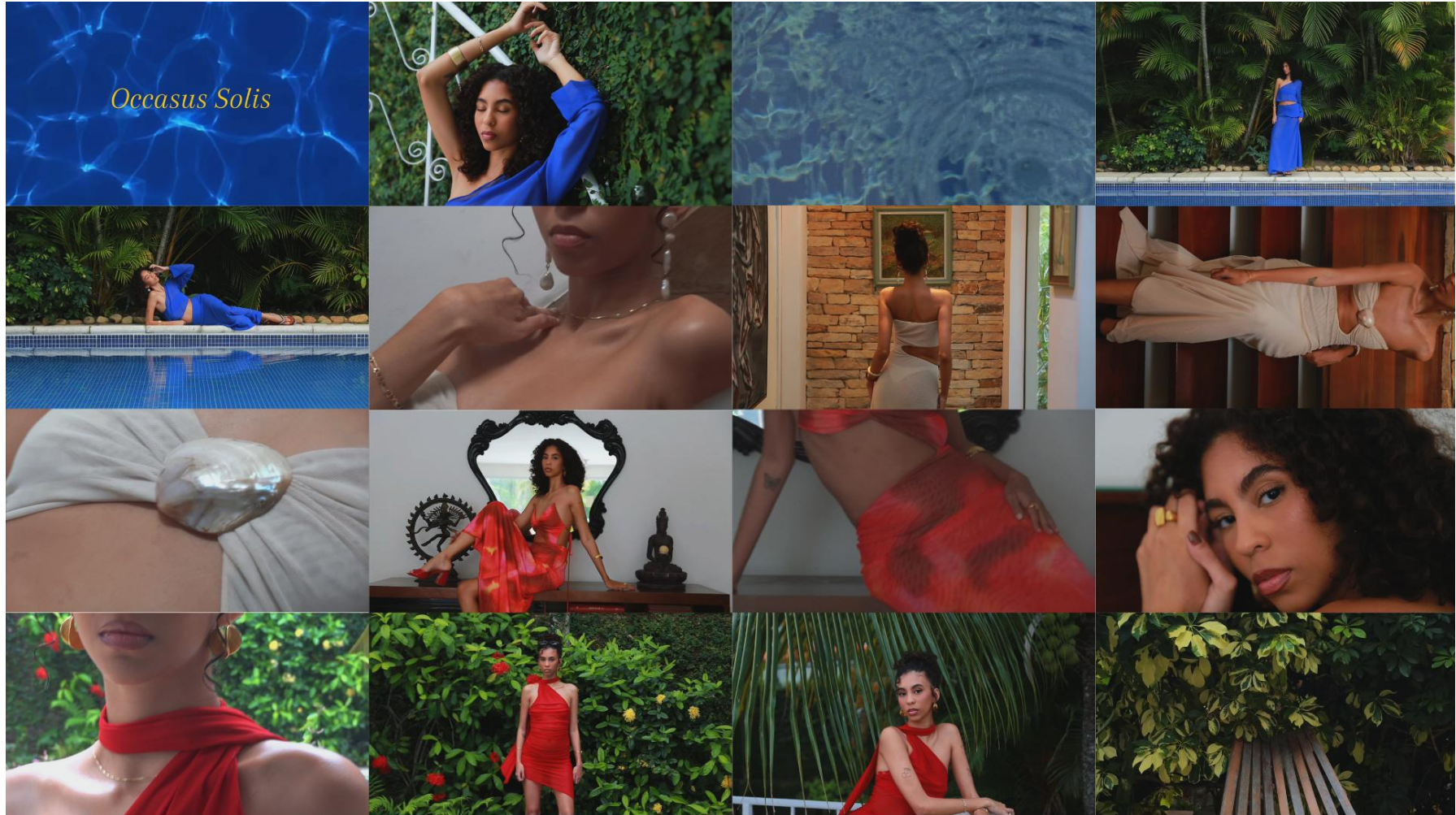


Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025. Disponível no site Issuu (https://issuu.com/pieruccimanoela/docs/lookbook_-_occasus_solis).

4.4 *Fashion film* para Sol Brand

Neste capítulo, o *fashion film* é finalizado e o produto final é revelado.

Junto ao vídeo, também foi desenvolvido um *storyboard* as partes mais marcantes de Occasus Solis. A seguir, na Ilustração 39, é possível observar os *frames* com mais destaque dentro do *fashion film*.

Ilustração 39: Storyboard do *fashion film* Occasus Solis.

Fonte: Elaborado pela autora através de *prints* do *fashion film*, disponível nos sites Youtube e Vimeo, 2025.

Links para acesso do fashion film Occasus Solis:

Youtube - <https://www.youtube.com/watch?v=LrE2ihqdZ7Y>

Vimeo - <https://vimeo.com/1142472679>

Por fim, o resultado o *fashion film* Occasus Solis, retrata um universo elegante, sensual e jovial, alinhado a um cenário que une a natureza e a arquitetura, trazendo ainda mais dimensão para os *looks* selecionados e enfatizando sua versatilidade dentro do segmento *resortwear*. Desta forma, o filme se alinha a essência da Sol Brand e apresenta uma nova possibilidade de comunicação visual para a marca.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo central estudar o *fashion film* como uma estratégia de comunicação para marcas de moda, neste caso, a marca escolhida como estudo de caso foi a Sol Brand. Desta forma, foi possível investigar a importância de traduzir a essência de uma marca em seus materiais de comunicação, utilizando recursos audiovisuais para criar uma narrativa marcante que se conecte com o público da marca.

Ao longo do desenvolvimento do projeto, foi possível observar a importância do tema para o mercado de moda, principalmente para marcas comercializadas através da internet, que muitas vezes precisam consolidar sua imagem nas redes sociais sem a disponibilidade para executar produções complexas, com grande equipe e muitas modelos. Além disso, o estudo do tema permitiu um aprofundamento no marketing de moda atual, através de pesquisa de 3 marcas, Sol Brand, Cult Gaia e Cos. A análise da comunicação visual das marcas foi essencial para o embasar o projeto e facilitar a visualização de como as imagens podem traduzir o DNA de uma marca de moda.

Retomando os objetivos do projeto, é possível concluir que o objetivo geral — desenvolver um *fashion film* conceitual para a Sol Brand — foi alcançado. Os objetivos específicos incluíam fazer a análise da marca, levantar referências, a compreensão do uso do *fashion film* por outras empresas, a construção de um conceito visual e narrativo e, por fim, a elaboração do vídeo, também foram concluídos ao longo do trabalho. A pesquisa teórica e prática resultou em um produto alinhado à estética, personalidade e valores da Sol Brand.

A hipótese levantada no início da pesquisa, de que o *fashion film* pode funcionar como uma estratégia eficaz para comunicar a identidade da Sol Brand, reforçando seus pilares e ampliando sua presença nas redes, foi confirmada. A análise da marca e a produção do *fashion film* mostraram que esse tipo de narrativa audiovisual cria uma conexão emocional com o público, traduz sensações e valores.

A execução do *fashion film* permitiu demonstrar como a narrativa visual pode traduzir elementos essenciais da marca, como sua estética feminina, jovem, solar e vibrante. A experiência prática também contribuiu para ampliar o repertório da autora no campo da direção de arte, linguagem cinematográfica e comunicação de moda, contribuindo para seu conhecimento prático na área e agregando em seu *portfólio*.

Por fim, como sugestão para pesquisas futuras, recomenda-se explorar de maneira mais aprofundada a reação do público ao uso do *fashion film* em marcas de moda, investigar métricas de engajamento relacionadas a vídeos em diferentes plataformas e estudar de que forma o *fashion film* pode integrar estratégias mais amplas de branding audiovisual, propondo uma estratégia de marketing completa alinhada ao filme e a produções fotográficas.

Por fim, é possível concluir que o desenvolvimento deste trabalho proporcionou um entendimento mais profundo sobre o potencial do *fashion film* como ferramenta de comunicação de moda. A experiência foi enriquecedora tanto no meio acadêmico quanto no profissional, unindo teoria, prática e criatividade em um projeto que traduz a essência da Sol Brand e reforça sua identidade visual de maneira sensível, estética e estratégica.

REFERÊNCIAS

- ANTERO, Kalyenne de Lima; MELO, Matheus Rodrigues de. **Roteiro e storyboard**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2021. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 16 out. 2025.
- AUDACES. **Fashion film: o que é?** Audaces Blog, 2024. Disponível em: <https://audaces.com/pt-br/blog/fashion-film-o-que-e>. Acesso em: 16 out. 2025.
- COS. **Sobre nós. COS**, 2025. Disponível em: <https://www.cos.com/es-es/about-us>. Acesso em: 16 out. 2025.
- COS. **COS Summer 2024**. 2024. Vídeo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tjJK0tErdE8>. Acesso em: 16 out. 2025.
- COS. **Sustentabilidade**. COS, 2025. Disponível em: <https://www.cos.com/es-es/sustainability>. Acesso em: 16 out. 2025.
- CULT GAIA. **About us**. Cult Gaia, 2025. Disponível em: <https://cultgaia.com/pages/about-us>. Acesso em: 16 out. 2025.
- DESIGN CULTURE. **Conheça os Fashion Films: obras audiovisuais conceituais e experimentais**. Design Culture, 13 jun. 2016. Disponível em: <https://designculture.com.br/conheca-os-fashion-films-obras-audiovisuais-conceituais-e-experimentais/>. Acesso em: 16 out. 2025.
- DÍAZ SOLOAGA, Paloma; GARCÍA GUERRERO, Leticia. **Fashion films as a new communication format to build fashion brands**. *Communication & Society*, v. 29, n. 2, p. 45-61, 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/301304815_Fashion_films_as_a_new_communication_format_to_build_fashion_brands. Acesso em: 16 out. 2025.
- FARFETCH. **Cult Gaia: a marca que trouxe arte para as bolsas**. Farfetch Style Guide, 27 fev. 2019. Disponível em: <https://www.farfetch.com/br/style-guide/brands/cult-gaia-a-marca-que-trouxe-arte-para-as-bolsas>. Acesso em: 16 out. 2025.
- FLOWUP. **O que é Design Thinking e como usar na sua gestão de equipes**. FlowUp, 06 jun. 2023. Disponível em: <https://www.flowup.me/blog/design-thinking-gestao-de-equipes/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

KESSLER, Lauren. **Cult Gaia Resort 2023**. Lauren Kessler, 2023. Direção criativa: Olivier Leone. Disponível em: <https://www.thelaurenkessler.com/cultgaiaresort2023>. Acesso em: 16 out. 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0: do produto ao consumidor e ao espírito humano**. Tradução de Ana Sofia Pereira. Rio de Janeiro: Elsevier (ou a editora específica da sua edição, como a Actual em Portugal), 2011 (ou o ano da sua publicação/reimpressão).

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

MARTINS, Ana Carolina Ferreira Vieira. **Fashion film: atmosfera surrealista e redesign**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design de Moda) – Faculdade SENAI CETIQT, Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://senaicetiqt.com/documents/d/guest/fashion-film>. Acesso em: 16 out. 2025.

PRESS, **Everything you need to know about: COS**. FashionUnited UK, 22 set. 2022. Disponível em: <https://fashionunited.uk/press/fashion/everything-you-need-to-know-about-cos/2022092265289>. Acesso em: 16 out. 2025.

PROVOST, Rex. **Stages of film production: overview of the entire process**. StudioBinder, 31 mar. 2024. Disponível em: <https://www.studiobinder.com/blog/stages-of-film-production>. Acesso em: 16 out. 2025.

QUARTO STUDIO, **Planos de câmera no audiovisual e no cinema**. Qu4rto Studio, 2025. Disponível em: <https://www.qu4rtostudio.com.br/post/planos-de-camera-no-cinema>. Acesso em: 16 out. 2025.

RANGEL, Maria Eduarda Oliveira. **Análise de fashion films: um olhar sobre a relação entre a moda e o cinema**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design de Moda) – Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022. Orientador: Fernando Luís Maia da Cunha. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/72094/3/2022_tcc_meorangel.pdf. Acesso em: 16 out. 2025.

SOL BRAND. **About the brand**. Disponível em: <https://solbrand.com.br/a-marca/>. Acesso em: 16 out. 2025

Ilustração 8 Disponível em: <https://solbrand.com.br/loja/>. Acesso em: 10 out. 2025.

Ilustração 13 Disponível em: https://www.instagram.com/sol_brand_/. Acesso em: 10 out. 2025.

Ilustração 15 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DEdDJhvp0h7/?igsh=MTY4NG5mOXJkZTUx>. Acesso em: 10 out. 2025.

Ilustração 16 Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAULluiSLDk/?igsh=Y3psZzY3aXBrdm5o>. Acesso em: 10 out. 2025.

Ilustração 19 Disponível em: <https://www.thelaurenkessler.com/cultgaiaresort2023>. Acesso em: 10 out. 2025.

Ilustração 23 Disponível em: <https://models.com/work/cos-cos-summer-2024-campaign>. Acesso em: 10 out. 2025.

Ilustração 24 Disponível em: <https://www.flowup.me/blog/design-thinking-gestao-de-equipes/>. Acesso em: 10 out. 2025

Ilustração 29 Disponível em: <https://www.qu4rtostudio.com.br/post/planos-de-camera-no-cinema>. Acesso em: 10 out. 2025.

^a Ilustração 1:

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/vestido-longo-maxi-paete-marrom/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/vestido-sirena-off-white/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/top-musseline-rosa-giz/>> Acesso em: 10 out. 2025.

^b Ilustração 2:

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/mini-vestido-venus-uva/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/vestido-tule-sky-marrom/>> Acesso em: 10 out. 2025.

^c Ilustração 3:

Disponível em <<https://www.instagram.com/p/DHRb3erSOF-/?igsh=MTInOGk4ZXF1Z2tq>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://www.instagram.com/p/DMdoT0FSXDR/?igsh=MTI0cjlzMmt6cHNkcA==>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://www.instagram.com/p/DBPdR4EybtI/?igsh=MXRxMmlmaGF5M3pqZA==>> Acesso em: 10 out. 2025.

^d Ilustração 4:

Disponível em <<https://www.instagram.com/p/C9DjIWLvOWm/?igsh=OGYxa3VtczVrYjhs>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <https://www.instagram.com/p/DIKCo8SyxDd/?img_index=1&igsh=Nmc1NDRjMm1yZ3c3> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <https://www.instagram.com/p/DN326g5krIJ/?img_index=2&igsh=OGE1eW0zaW83ZTFm> Acesso em: 10 out. 2025.

^e Ilustração 5:

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/lenco-blue-orchid-n1-medio/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/calcinha-chain-esmeralda/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/mini-pareo-tropical-green/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/maio-under-cappuccino/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/maio-under-cafe/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/maio-under-off-white/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/maio-under-nude/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/the-icon-bag-preta/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/body-dust-preto/>> Acesso em: 10 out. 2025.

^f Ilustração 6:

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/vestido-cut-marrom-sol-brand-x-us2/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/vestido-cut-ice-blue-sol-brand-x-us2/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/vestido-cut-preto-sol-brand-x-us2/>> Acesso em: 10 out. 2025.

^g Ilustração 7:

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/vestido-combinacao-preto/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/vestido-crystal-prata/>> Acesso em: 10 out. 2025.

ⁱ Ilustração 9:

Disponível em <<https://www.instagram.com/p/DIRUc8UuQNi/?igsh=YXd6cXRwbTI4YXRp>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://www.instagram.com/p/CtZIGqBOD5-/?igsh=MXVycHI4ODN0cm1zZw==>> Acesso em: 10 out. 2025.

^j Ilustração 11:

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/vestido-tomara-que-caia-cetim-butteryellow/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/vestido-mini-cetim-off-white-sol-brand-x-thaise-juratti/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/blusa-drapeada-tule-off-white-sol-brand-x-thaise-juratti/>> Acesso em: 10 out. 2025.

^l Ilustração 12:

Disponível em <<https://pin.it/4PAqP4c41>> Acesso em: 10 out. 2025. Disponível em <<https://pin.it/6roqsoj9N>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://pin.it/2o1a8T1WN>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://pin.it/7s7Xx9w93>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://pin.it/2VA94JBPK>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <https://www.instagram.com/p/DLNAyINokgb/?img_index=3&igsh=NDImY2VzM2N5Zm92> Acesso em: 10 out. 2025.

^m Ilustração 14:

Disponível em <<https://www.instagram.com/p/DM6HgXySvpB/?igsh=MTN3bDV3MGJzODN3ZQ==>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <https://www.instagram.com/p/DLipDuby_nY/?igsh=NzA4aDJqNHg5Y2tr> Acesso em: 10 out. 2025.

ⁿ Ilustração 17:

Disponível em <<https://www.instagram.com/p/DNikKEAA-Ci/?igsh=MTR4dmowbXNsYzk2aw==>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <https://www.instagram.com/p/DN3eXBD3m_n/?img_index=1&igsh=eG4wZzlpdzU3bHZn> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://weddywood.ru/byuti-kalendar-nevesty-chto-i-kogda-sdelat-do-svadby/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://pin.it/4TtjnI2CF>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <https://saleswset.click/product_details/60158183.html> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://www.instagram.com/p/DOdsRX4EVXD/?igsh=MWh3YWQwcnJzZHnraw==>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <https://www.instagram.com/p/DLTZr-yyURP/?img_index=1&igsh=ZWd0czVIN3JnYjdt> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://www.instagram.com/p/DN6E757D2Qf/?igsh=ZzAxZ2xnZTMxYnc3>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://www.instagram.com/p/DMiksBAvc6p/?igsh=dXMzNnFsZTR3bTEy>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://www.instagram.com/p/DMAqF-Bxn2-/?igsh=bWo5d3lkaW5mMHdm>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://bobags.com.br/p/bolsa-pearl-acrilico-cg10>> Acesso em: 10 out. 2025.

° Ilustração 21:

Disponível em <<https://www.cos.com/en-us/women/holiday-shop?page=7>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://www.cos.com/en-nl/women/holiday-shop?page=5>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://www.cos.com/en-ww/women/accessories/bags/clutches/product/folio-oversized-bag-croc-effect-leather-brown-1296841001>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://www.cos.com/en-nl/women/womenswear/shirts/product/sheer-shirt-blue-1311305001>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <https://www.cos.com/en-dk/women/womenswear/coatsjackets/jackets/product/oversized-boiled-wool-jacket-black-1293748001?utm_campaign=cos_dk_conversion_ww_transaction_google_pmax_bestperformers__precis&country=dk&gad_source=1&gad_campaignid=17348076149&gbraid=0AAAAAC4nl6S5romdPy_Ad7MW7ETOUdSV8&gclid=Cj0KCQjw6bfHBhDNARIsAlGsqLgnkUrB2h8hgQmWFyzX58W8F9U-52XwmQJEmHp9B24hvt6XHgrDrQoaAog6EALw_wcB> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://www.cos.com/en-nl/women/accessories/jewellery/bracelets/product/curved-wooden-cuff-walnut-1294859001>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://www.cos.com/en-no/women/accessories/bags/handbags/product/folio-bag-pony-hair-brown-1296839001>> Acesso em: 10 out. 2025.

° Ilustração 27:

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/vestido-musseline-blue-orchid/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/top-kaya-tropical-green/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/vestido-aya-degrade-laranja-pre-venda/>> Acesso em: 10 out. 2025.

Disponível em <<https://solbrand.com.br/produto/vestido-elle-azul-royal/>> Acesso em: 10 out. 2025.