

RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO REALIZADO NA EMPRESA PIMENTÁ

Allana Maisa de Souza Porto, Joelma Damasceno de Matos

Este resumo surgiu do relatório que faz parte dos instrumentos de avaliação da atividade de Estágio Supervisionado Não Obrigatório, do curso de Design-Moda, do Instituto de Cultura e Arte (ICA), da Universidade Federal do Ceará (UFC). O objetivo principal foi a demonstração do conhecimento acadêmico e desenvolvimento profissional ao aplicá-los na realidade de uma empresa, no setor de criação de moda, o desenvolvimento de coleção e como ele acontece na empresa Pimentá, marca de moda feminina localizada em Fortaleza-CE. Assim, registra a importância de se ter a experiência de um estágio para a formação profissional e acadêmica. A metodologia utilizada foi pesquisa bibliográfica, pelas leituras de autores, e de campo, pois foram experiências que aconteceram no estágio. O embasamento foi realizado a partir de como são criadas as coleções e da identidade de marcas de moda, através dos pensamentos dos autores Doris Treptow (2013) e Dário Caldas (2004). O designer de moda precisa desenvolver múltiplas habilidades, para que possa trazer inovação e desenvolver uma comunicação eficiente uma coleção. No estágio foram executadas tarefas como: pesquisa de tendências, escolha de tecidos, briefing de estampas, definição de tema, ficha técnica, criação de planilhas, acompanhamento de corpo de prova, pedido de insumos e elaboração de cartelas de tecidos. Em cada coleção há um tema bem definido e tudo é desenvolvido para comunicá-lo, da estampa à campanha de marketing, havendo sempre coerência com o que a marca é, sendo a Pimentá conhecida por comunicar muitas cores e afetividade. Para o desenvolvimento das atividades, a estagiária precisou ter o conhecimento de disciplinas de diferentes áreas ofertadas no curso. Assim, toda a bagagem adquirida ao longo dos semestres foram fundamentais para a execução das atividades, comprovando a necessidade multidisciplinar do designer de moda e visão industrial e subjetiva, para que a coleção consiga comunicar a identidade da marca.

Palavras-chave: coleção de moda. identidade de marca. estágio.