**PRATA E ARTE | Mais prata no seu bronze**

**What is?**

*What the company does or what is the problem.*

"Mais prata no seu bronze" was the summer 2021/2022 campaign for the Prata e Arte. They needed a campaign that was able to survive through all the summer and was still related to the carnaval as well. Also was necessary a series of key visuals that worked with models' photographs, products and types.

**What I did?**

*Explain the concept of my creation.*

My first step was to focus on a major color palette for the campaign, and pick secundaries colors for one of the special occasions: carnival and beach. I tried too, related little symbols to each situation, that I used as anchors for the layout.

With those colors, I created some backgrounds that match with the vibe campaign: very warm, golden and beachy. For the photos, the instruction for the photographer was hard shadows on the products and golden light on the models.

In the beginning, this campaign would be only on social media and digital environment, but worked so well that the brand decided to transform into something physical into the stores too.

**PRATA E ARTE | Mais Prata no seu bronze**

**O que é?**

*O que a empresa faz ou qual era o problema solucionado.*

"Mais prata no seu bronze" foi uma campanha para o verão 20201/2022 de Prata e Arte. Ele precisam de uma campanha que sobrevivesse todo o verão e suas datas, como o carnaval, por exemplo. Também era necessário vários KVs que funcionassem com fotos de produto, de modelos e alltype.

**O que eu criei?**

*Explicar o conceito da minha criação.*

Meu primeiro passo foi focar em uma paleta de cores para a campanha, e depois escolher cores secundárias para as editorias específicas: carnaval e praia. Eu também tentei relacionar pequenos símbolos para cada situação, que depois usei como pontos de apoio no layout.

Com as cores escolhidas, eu criei alguns fundos que deram o tom para a campanha: quente, dourada e praiana. A direção de arte para as fotografias foi de que os produtos fossem fotografados com uma luz dura, criando uma sombra bem pronunciada e que as modelos fossem expostas a uma luz quente.

Inicialmente, essa campanha seria apenas digital, tendo presença em social midia. Porém o resultado final funcionou tão bem, que a marca decidiu transformar em campanha física também, aplicando as lojas.