



## PRODUÇÃO DE MODA PARA EDITORIAL: “A SEREIA NO CONCEITO URBANO”

*Fashion Production for Editorial: “The Mermaid in the Urban Concept”*

SCHNEIDER, Tatiane; Mestranda; tatipschneider@gmail.com<sup>1</sup>  
DAL BELLO, Letícia Casagrande; Mestranda; contato@gingerconsultoria.com<sup>2</sup>  
QUADROS, Rachel Corrêa de; Doutoranda; rachelcq@unochapeco.edu.br<sup>3</sup>

**Resumo:** O objetivo do presente artigo é de compreender a função do produtor de moda e dos demais profissionais envolvidos em uma produção de moda, assim como quais são as ferramentas e etapas necessárias para desenvolver um editorial. Após estudo bibliográfico sobre o assunto, realizou-se um editorial conceitual com inspiração no movimento conhecido como Sereismo, que prega um estilo de vida baseado na cultura das sereias.

**Palavras chave:** Produção de moda; editorial; sereismo.

**Abstract:** The objective of this article is to understand the role of the fashion producer and other professionals involved in a fashion production, as well as which are the tools and steps necessary to develop an editorial. After a bibliographical study on the subject, a conceptual editorial was carried out with inspiration in the movement known as *Sereismo*, which preaches a lifestyle based on the culture of mermaids.

**Keywords:** Fashion production; editorial; mermaid.

### Introdução

Joffily e Andrade (2011, p. 12-13) explicam que a produção de moda é uma composição de elementos que exprime um conceito, e o produtor é o profissional responsável por sua concepção, criando uma coerência entre os elementos para fazer a

<sup>1</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Design de Vestuário e Moda/ PPGModa na Universidade Estadual de Santa Catarina (UDESC), com pesquisa vinculada a à linha Design de Moda e Sociedade.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Design de Vestuário e Moda/ PPGModa na Universidade Estadual de Santa Catarina (UDESC), com pesquisa vinculada à linha Design de Moda e Sociedade.

<sup>3</sup> Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), possui mestrado em Design - Métodos para Fatores Humanos pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), com enfoque nos estudos da ergonomia e design. Atualmente professora na Universidade Comunitária da Região de Chapecó (UNOCHAPECÓ)



ligação do conceito com a imagem. Joffily (1991, p.106) enfatiza que “não se trata de ‘reproduzir o real’, mas de criar algo que pareça real – o efeito da verossimilhança – pela coerência interna, pelo estilo que reúne os elementos”.

O editorial “A Sereia no Ambiente Urbano” teve como conceito principal o movimento do Sereismo, que propaga um estilo de vida inspirado na cultura das sereias. Para a realização do editorial, a sereia foi inserida no ambiente urbano realizando atividades rotineiras para um ser humano, sem deixar de lado características típicas deste ser mitológico, como o gesto de admirar sua imagem em um espelho.

Este artigo possui como propósito explicar o funcionamento da produção de moda para editoriais, utilizando da aplicação prática de conteúdos teóricos da área na realização de um editorial inspirado no Sereismo. A escolha da temática se deu pelo *lifestyle*<sup>4</sup> que este propõe, pois para Mello (2017), o Sereismo é uma ideologia de amor à natureza, aos animais e questões ligadas à sustentabilidade, e acaba refletindo-se também na moda.

A produção de editoriais de moda, conforme Joffily e Andrade (2011) e Holzmeister (2012), é ainda pouco retratada em ambiente acadêmico. A produção de moda no ambiente profissional busca explicar em editoriais fotográficos um determinado conceito por meio de imagens, e o produtor tem a função de concretizar esse conceito na composição da imagem. Assim, a discussão do tema no ambiente acadêmico se faz oportuno para aproximar o ambiente mercadológico com a academia.

De caráter Aplicado, Qualitativo e Descritivo, para conceituar o presente estudo foram utilizados autores como Joffily (1991), Joffily e Andrade (2011), Marra (2008) e Holzmeister (2012).

---

<sup>4</sup> Em tradução literal: estilo de vida.





## Produção, Produtor e Editorial de Moda

A produção de moda é uma forma de expressão através da imagem, uma junção de ideias que traduz um conceito, ou seja, que passa “a ideia central e dominante ou motivo apresentado em um modelo ou através de uma coleção completa de roupas” (AMBROSE; HARRIS, 2012, p.81). O produtor é o profissional responsável por essa tradução, por meio da composição de *looks* (combinação entre roupas, calçados e acessórios). De maneira geral, pode-se definir que o produtor é um intérprete da moda, pois manipula o público a desejar um *look* por meio dos conceitos que cria de forma imagética.

Joffily (1991, p.105) traz que “A produção de moda, como toda ficção, busca expressar alguma coisa, dentro de uma economia de recursos ou elementos utilizados que devem ser coerentes entre si, que devem dialogar entre si na mesma língua”. Busca, portanto, estabelecer a questão entre a ideia do estilista e a concretização feita pelo produtor. A finalidade não é a de reproduzir o real, mas sim de expressar uma ideia por meio da combinação de elementos.

A harmonia é fator essencial na produção para que a mensagem que se busca transmitir seja passada claramente, e pode ser encontrada na combinação de elementos como cores, formas e texturas. Ao misturar diferentes peças de roupa, calçados e acessórios, criando personagens e temas para essas composições, o produtor forma vínculos entre o consumidor e o vestuário. Porém, o papel do produtor vai além de definir o *look*: toda a temática que engloba a produção das fotos passa por suas mãos, desde o local do ensaio, a concepção de maquiagem e cabelo, até a escolha da modelo.

O editorial de moda pode ser classificado como sendo um ensaio fotográfico que divulga uma marca ou conjunto de roupas. Ele funciona como uma espécie de vitrine das mais recentes tendências no mundo da moda ao acompanhar a mudança de comportamento dos consumidores e transmitir a nova forma de pensar por meio das



produções. De acordo com Joffily (1991, p.12-13), o valor do editorial se dá por manter o público atualizado quanto às tendências, realizando uma crítica utilizando de critérios estéticos e pragmáticos, acompanhando as mudanças de comportamento do consumidor.

O editorial serve como um auxílio ao consumidor ao demonstrar como adequar a moda ao seu gosto pessoal, tipo físico e estilo de vida, apontando as propostas dos estilistas e as opções no mercado. Nele, o produtor de moda reúne “o olhar do editor, fazendo a escolha sobre o que é necessário para montar o editorial, e o olho artístico, compondo o visual das modelos ou das peças a serem fotografadas” (JOFFILY; ANDRADE, 2011, p.41). Marra (2008) diz que a fotografia de moda permite que o sujeito experimente, ou ao menos imagine e deseje, uma possibilidade de comportamento, pois a imagem de moda propõe uma experiência de estilos e modos de ser. Por trabalhar com um apelo um tanto conceitual, o editorial traz uma mistura da realidade e fantasia que atrai e incita o consumidor a buscar a marca e/ou o produto para agregar esse valor que é transmitido ao seu dia-a-dia. A equipe básica para sua concepção é composta pelo produtor, fotógrafo, *beauty artist*<sup>5</sup> e modelo.

O fotógrafo de moda é o profissional de fotografia especializado em fotos de moda. Ele precisa ser capaz de compreender o conceito montado pelo produtor e de saber traduzi-lo nas imagens, por meio de enquadramentos, iluminação e direção da modelo. É essencial que o fotógrafo tenha um olhar criativo e faça a modelo entrar no clima, afinal, é ele quem dirige as fotos, pedindo expressões faciais e corporais à modelo, buscando diferentes enquadramentos e luzes.

De acordo com Ambrose e Harris (2012, p.180), modelo é “uma pessoa contratada para vestir roupas em um desfile de moda ou sessão de fotos. [...] expressam, usando o rosto e o corpo, as diferentes emoções necessárias para construir as expressões artísticas relativas a uma peça, joia ou cosméticos”. Deste modo, pode-se dizer que a

---

<sup>5</sup> *Beauty Artist* - artista de beleza; profissional responsável por cabelo e maquiagem.





modelo é a vitrine viva que exhibe um *look* e todo o conjunto que o envolve. A modelo é escolhida com base em pré-requisitos determinados no *briefing* do projeto, isto é, características como cor da pele, cabelos, olhos, etnia e afins são parte da composição da produção. Joffily (1991, p.70) diz que a modelo deve saber interpretar o papel proposto pelo produtor e o fotógrafo, e que sua aptidão primordial é de “captar um clima e expressá-lo através da sua postura e do rosto.” Afinal, o objetivo é que quem vê a imagem consiga se enxergar com a roupa fotografada.

Para caracterizar a modelo, são contratados o *hair stylist* (cabeleireiro) e o *make-up artist* (maquiador); por questão de orçamento, pode-se contratar um profissional que realize ambas as funções, denominado *beauty artist*. Holzmeister (2012, p.29) explica que as denominações são diferentes porque, diferentemente dos profissionais que atuam dentro dos salões de beleza, a missão deles é criar uma personagem usando produtos e técnicas diferentes das comuns. A maquiagem e o cabelo são discutidas entre o produtor, o fotógrafo e o *beauty artist*, e pensados de acordo com o perfil da modelo e a concepção da produção, procurando complementar as roupas e o cenário, trazendo uma harmonia e qualidade maior para a fotografia. É preciso que a maquiagem e o cabelo causem impacto, mas que não tirem a atenção do produto que se busca divulgar - eles devem conversar com as roupas e o cenário, agregando valor à produção.

Tendo elucidado o que é a produção de moda, o editorial e os profissionais necessários para a realização de uma produção, faz-se relevante abordar a concepção do editorial.





## Editorial: “A Sereia no Conceito Urbano”

O termo Sereismo<sup>6</sup> consiste em um estilo de vida inspirado no culto às sereias, criaturas mitológicas que são metade mulher, metade peixe, cuja lenda diz serem capazes de atrair e seduzir qualquer um que ouvir seu canto<sup>7</sup>. No conto XII da Odisseia, Ulisses enfrenta o canto das sereias (no conto chamadas de Sirenas) enquanto seus homens têm seus ouvidos tapados com cera para não as ouvirem (HOMERO, 2014).

Na moda, o espaço para essa inspiração vem surgindo desde 2012, nos desfiles de marcas como Chanel, Alexander McQueen, Versace e Givenchy. No Brasil, em 2014, a marca de cosméticos O Boticário lançou a coleção Sereias Urbanas, e em 2016, Ronaldo Fraga levou as sereias às passarelas do São Paulo Fashion Week<sup>8</sup>. As principais características na moda são as cores remetendo ao fundo do mar, como tonalidades de azul, verde e roxo, além de uma paleta de tons pastéis semelhantes à coloração das conchas. Texturas imitando escamas, brilho e efeitos molhados remetendo à cauda das sereias aparecem com frequência. Nos acessórios, conchas, estrelas do mar, pérolas e lantejoulas furta-cor.

O desenvolvimento do editorial se deu nas seguintes etapas: planejamento do orçamento, definição do conceito, mapa conceitual, elaboração dos *moodboards*, montagem de equipe, estudos de locação, cenografia, pré-produção, realização do editorial e pós-produção. Para o orçamento, foi considerado um total de 20 fotos a serem realizadas em Chapecó-SC. O custo estimado para locação leva em consideração o valor médio de uma diária em hotel ou motel na cidade de Chapecó-SC (devido à locação), enquanto o do *catering*<sup>9</sup> foi calculado sobre um valor de R\$20,00 por membro da equipe.

<sup>6</sup> Cunhado por Bruna Tavares, jornalista da Caras e blogueira. Fonte:

<http://sereismo.com/2015/10/13/sereismo-moda-ou-estado-de-espírito/>. Acesso em: 01 jul. 2016.

<sup>7</sup> Fonte: <http://sereismo.com/2015/10/13/sereismo-moda-ou-estado-de-espírito/>. Acesso em: 01 jul. 2016.

<sup>8</sup> Fontes: <http://agazetadoacre.com/noticias/o-sereismo-esta-em-alta/> e

<http://sereismo.com/2015/04/18/ronaldo-fraga-leva-sereias-de-todas-as-idades-para-a-passarela-do-spfw/>. Acesso em: 01 jul. 2016.

<sup>9</sup> Em tradução literal, refeição.





O conceito do editorial pode ser definido como “A sereia no ambiente urbano”. Levando em consideração o movimento do Sereismo, que prega um estilo de vida inspirado nas sereias, surgiu a ideia de inserir a modelo vestida como sereia em ambientes do cotidiano humano, realizando atividades comuns do dia-a-dia, como tomar um banho, descansar, beber algo ou dar atenção ao animal de estimação, sem deixar de lado algumas características clássicas da sereia, como ficar observando-se no espelho.

Com a pretensão de analisar possibilidades dentro da temática do editorial, fez-se um mapa conceitual desconstruindo o conceito “Sereismo” em três vertentes, e dentro destas, as questões que poderiam ser abordadas. Na primeira vertente, Natureza, característica forte do movimento Sereismo, buscou-se trabalhar com os elementos água e fogo, representados nas fotos pelo uso da banheira e da lareira. A segunda vertente, *Lifestyle*, foi a principal guia do trabalho, pois a proposta do editorial era de representar a sereia no ambiente urbano, sendo escolhida a casa para inseri-la e mostrar seu lado humano. A terceira vertente, Sereia, diz respeito à caracterização da modelo, tanto físicas quanto comportamentais. Nas fotos, procurou-se integrar todas as vertentes na medida do possível, para deixar evidenciar a temática do Sereismo.

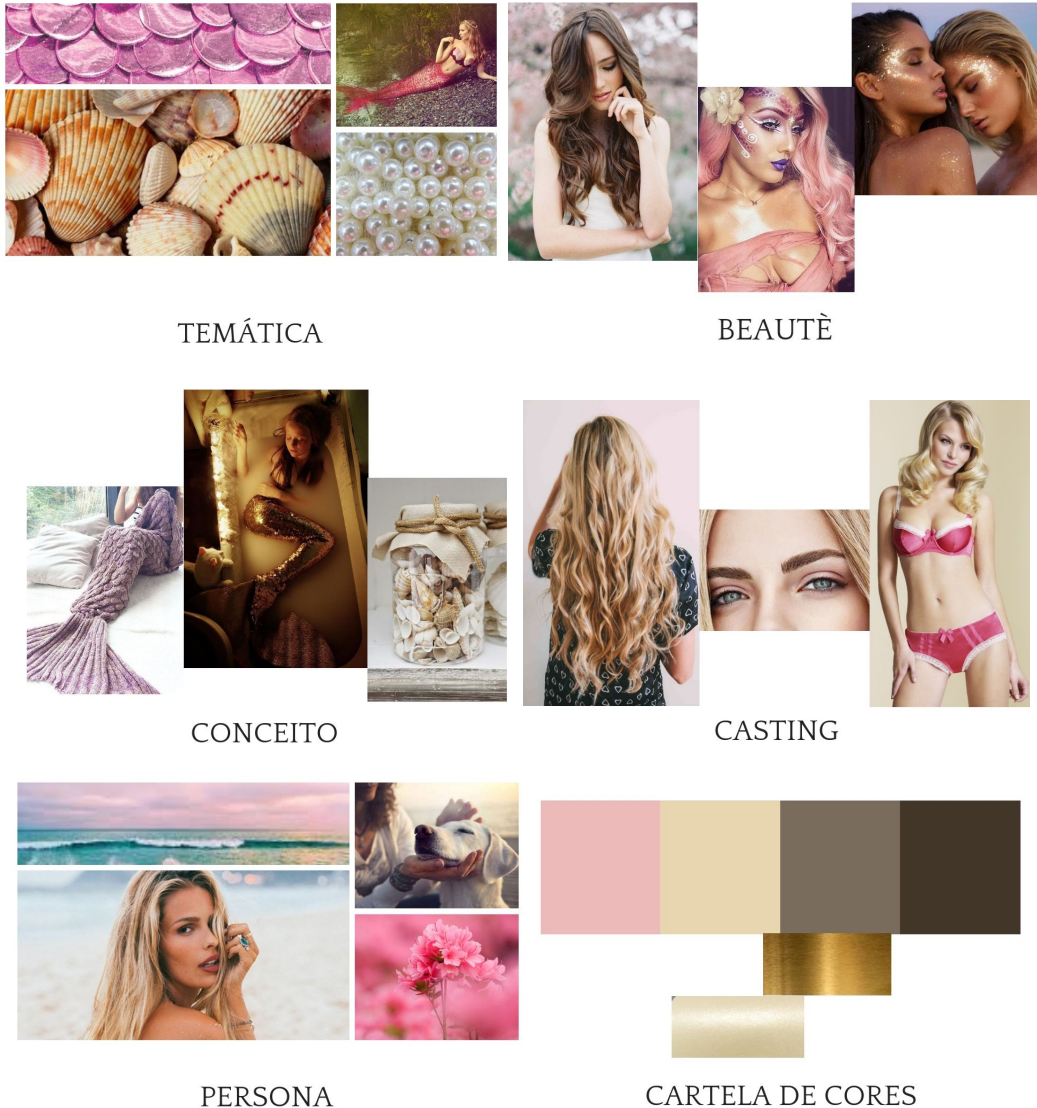
*Moodboards* são painéis de inspiração, compostos de colagens e que podem conter também palavras-chave. Com o intuito de facilitar a compreensão do tema e orientar a montagem do editorial, foram criados 6 *moodboards*: Temática, Conceito, Persona, *Casting*, *Beauté* e Cartela de Cores.

Esses *moodboards* foram escolhidos por serem considerados pertinentes à criação do editorial; em outros projetos, é possível trabalhar com diferentes *moodboards* de acordo com a necessidade.





Figura 1: Moodboards



Fonte: desenvolvido pelas autoras, 2017.

A equipe escolhida para o editorial foi composta por 5 membros: fotógrafa, *beauty artist*, produtora, modelo, técnico de luz e efeitos especiais. Todos foram selecionados cuidadosamente para garantir um resultado final satisfatório.







Parafraçando Joffily (1991, p.88) e Holzmeister (2012, p.34), a locação das fotos é decidida de acordo com a proposta do editorial, e pode ser interna, interna-externa ou externa. Locação interna se trata do próprio estúdio do fotógrafo, ou caso ele não possua um, de um estúdio alugado para a ocasião. Locação interna-externa é aquela em que o ambiente é interno, porém não é o estúdio (como, por exemplo, o interior de um bar/balada/casa/restaurante etc). Por fim, a locação externa é o ambiente aberto, como um sítio, a rua, entre outros. Tendo em consideração a proposta do tema, a locação (ou locações) deveria(m) contemplar objetos como cama, banheira, cadeira e afins, simulando os ambientes de uma casa. Portanto, foram pesquisados hotéis, motéis, centros de estética e casas/apartamentos particulares em Chapecó e região, devido a viabilidade de locomoção da equipe. Após conversa com a fotógrafa sobre espaço e possibilidades de enquadramento, optou-se por realizar o editorial em uma residência particular em Chapecó, por possuir ambientes amplos e coerência no estilo dos mesmos. Com o objetivo de manter os ambientes em harmonia, foi discutido uma paleta de cores e texturas, caracterizada pelos tons de bege e marrom e mobília em madeira. A mobília utilizada pertence à casa, tendo sido apenas remanejada para montagem dos cenários e complementada com objetos de cena relacionados à temática. Foi produzida uma peça especificamente para este editorial pela produtora: um espelho dourado com pedrarias combinando com o traje da sereia.

Na etapa de pré-produção, foram organizados os detalhes necessários para garantir o bem-estar e bom desempenho da equipe no dia da produção. Para isso, foi feito um *checklist* de tarefas, com intuito de garantir que nada fosse esquecido. Primeiro, houve o agendamento da data com a equipe e seleção do *look* e acessórios, bem como a definição de cabelo e maquiagem com a *beauty artist*. Como a modelo possui cabelo naturalmente liso e fino, optou-se pelo acréscimo de um *megahair* para aumentar o volume.



No dia anterior às fotos foi realizado teste de iluminação e efeitos com a fotógrafa e o técnico de luz/efeitos para agilizar o trabalho no dia do editorial e garantir que a ideia projetada funcionaria. Paralelamente, ocorreu a montagem do kit de produção e compras para o *catering*. O kit de produção incluiu os seguintes itens: roupa íntima bege, um par de meias, grampos, elásticos de cabelo, spray fixador, pente, escova de cabelo, toalha, kit de costura, kit de primeiros socorros, protetor solar, repelente, chinelo, roupão, creme corporal, lenços umedecidos, toalha de papel, fita crepe, absorvente e grampos de roupa. Não foi incluso arara, cabides e camarim móvel pois a locação oferecia espaço para troca de roupa; não foi incluso *steamer* pois o tecido da roupa não seria passado.

O dia da produção iniciou com a montagem do *catering* e dos cenários pela produtora e dos equipamentos pela fotógrafa e técnico de iluminação e efeitos; enquanto isso, a *beauty artist* preparava o cabelo e a maquiagem da modelo. Seguindo a paleta de cores proposta com base na tonalidade das conchas, o *look* foi composto em tons de rosa, bege e dourado, sendo formado por uma cauda produzida com paetês, nadadeira bordada com pedrarias e pérolas, e um top tomara-que-caia com bordado em pedrarias e pérolas imitando o desenho de conchas. Para os acessórios, uma manta de tricô artesanal dourada, pulseira e colar (usado como adorno de cabeça) dourados com pingentes em forma de estrela do mar, conchas e pérolas, brincos em formato de estrela do mar com aplicação de pérolas, e uma tiara em forma de coroa com pedrarias.

A duração total do dia da produção foi de 7 horas (das 14h30 às 21h30), contando desde o horário que a equipe chegou até o horário que se retirou, incluindo a preparação da modelo e das locações, pausas e deslocamentos. Considerando que o pôr-do-sol se daria próximo às 18h (no meio do período do editorial), a sequência das locações foi organizada de modo que as fotos que necessitassem de luz natural fossem realizadas primeiro, enquanto ambientações fechadas ficaram para o final, pois eram





ambientes nos quais já seria utilizada iluminação artificial. No total, ao longo do editorial foram clicadas cerca de 700 fotos, sendo selecionadas 20 e apresentadas aqui 6, divididas entre os três segmentos principais que nortearam o editorial.

Na vertente Natureza, faz-se referência ao elemento água, cuja relação com a sereia é comumente associada, e ao elemento fogo, que pode ser considerado seu complementar e oposto – assim como o lado humano e o lado peixe da sereia se complementam e se opõem. Para representar a água, realizaram-se as fotos na banheira. Para representar o fogo e o lado humano da sereia como *Lifestyle*, a modelo posa em frente à lareira da casa, acompanhada de uma taça de vinho, e na cozinha, comendo uma fatia de bolo, bem como com seu cachorro. Por fim, para elucidar o mito da Sereia de forma mais característica, a modelo posa sobre a cama, mirando-se no espelho.

Figura 2: Fotos do editorial.



Fonte: Fotos por MauLoa Fotografia. Acervo pessoal.





Dois dias após o ensaio, a fotógrafa enviou para a produtora todas as imagens em baixa resolução para que fosse realizada a seleção das fotos a serem tratadas. Tendo 20 fotos selecionadas, a fotógrafa iniciou o tratamento das imagens, atividade que levou cerca de uma semana para ser completada. Sendo finalizado o editorial, foi possível avaliar – juntamente com o referencial teórico – o que realmente é necessário para a produção de moda de um editorial e os detalhes que tornam a produção bem-feita. Levando todo o conhecimento e experiência obtidos em consideração, foi possível compreender o funcionamento do processo de organização e realização de um editorial.

### **Considerações Finais**

Após realizar pesquisa bibliográfica, foi estruturado e realizado o editorial inspirado no Sereismo com o tema “A Sereia no Conceito Urbano”. No decorrer da pesquisa, o envolvimento com profissionais durante a realização do editorial proporcionou a oportunidade de novos olhares sobre o assunto e melhor compreensão sobre a atuação de cada um ao longo do processo de construção de um editorial, reforçando a absorção do conteúdo apresentado ao longo do referencial teórico.

A produção de moda é uma área criativa que constantemente se renova, e que permite muitas possibilidades entre temas, locações, cenários e figurinos, o que faz com que se torne complexo desenvolver um sistema único de organização que funcione para todos – afinal, cada profissional tem seu modo de trabalhar. Levando em consideração todas as variáveis, pode-se entender que a solução foi encontrada com êxito ao fim desta pesquisa, ao produzir o editorial Sereismo e assim poder falar com propriedade do conteúdo abordado. Acredita-se que a pesquisa tenha cumprido com seus objetivos de maneira satisfatória, contribuindo para a área de estudo ao aprofundar o conhecimento do assunto e demonstrar de forma clara e objetiva o seu funcionamento.





## Referências

AMBROSE, Gavinkore; HARRIS, Paul. **Dicionário Ilustrado da Moda**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012.

JOFFILY, Ruth. **O Jornalismo e Produção de Moda**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.

JOFFILY; ANDRADE, Maria de. **Produção de moda**. Rio de Janeiro, Senac Nacional, 2011.

HOLZMEISTER, Silvana. **Styling: guia básico**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

HOMERO. **Odisseia**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

MARRA, Claudio. **Nas sombras de um sonho: história e linguagem da fotografia de moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

MELLO, Tamara. **Sereismo: entenda o que é a tendência que parece ter vindo para ficar**. Disponível em:

<http://www.vestimentarte.com.br/2017/02/sereismo-tendencia-sereias-estilo-vida.html>.

Acesso em: 04 jul. 2017.

