

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN  
BACHARELADO EM MODA**

Roberta Terra Rodrigues de Almeida

**EDITORIAL DE MODA FEMININA:  
GUIADA PELO COSMO**

Juiz de Fora  
2016

Roberta Terra Rodrigues de Almeida

**EDITORIAL DE MODA FEMININA:  
GUIADA PELO COSMO**

Trabalho de Conclusão para Graduação do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientador: Prof. Me. Luiz Fernando Ribeiro da Silva

Juiz de Fora  
2016

Roberta Terra Rodrigues de Almeida

**EDITORIAL DE MODA FEMININA:  
GUIADA PELO COSMO**

Trabalho de Conclusão para Graduação do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Me. Luiz Fernando Ribeiro da Silva - Orientador  
Universidade Federal de Juiz de Fora - Instituto de Artes e Design

---

Prof. Dra. Mônica de Queiroz Fernandes Araújo Neder  
Universidade Federal de Juiz de Fora - Instituto de Artes e Design

---

Prof. Dra. Isabela Monken Velloso  
Universidade Federal de Juiz de Fora - Instituto de Artes e Design

Examinado(a) em: 05/12/2016.

Dedico este trabalho à minha família e a todos que sempre estiveram presente em minha vida e se orgulharam das minhas conquistas.

## AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal de Juiz de Fora e ao Departamento de Artes e Design pela oportunidade concedida para realização do curso.

A todos os meus professores, especialmente do Bacharelado em Moda, por compartilharem seus conhecimentos e me ajudarem a chegar até aqui com sucesso.

A todos os colegas da turma de Moda por terem tornado as aulas mais leves e prazerosas.

Ao meu orientador, professor e mestre Luiz Fernando Ribeiro, por ser esse profissional admirável e por ter abraçado esse projeto comigo com tanto carinho e dedicação.

Às professoras Dra. Mônica Neder e Dra. Isabela Monken por participarem da minha banca.

A toda equipe que participou do editorial **Guiada pelo Cosmo** pelo apoio.

À minha família e amigos pelo apoio, incentivo e por todo carinho que sempre demonstraram por mim.

À minha mãe em especial, Camila, por nunca ter medido esforços para que eu me tornasse uma pessoa cada dia melhor e pelo amor incondicional.

Ao meu amor, Bruno, por sempre acreditar que eu era capaz e pelo companheirismo durante essa caminhada.

À loja Drop's e sua equipe por me darem a oportunidade da experimentação e fazer com que eu me apaixonasse cada dia mais por moda.

## RESUMO

O presente estudo tem como objetivo principal demonstrar a importância do *stylist* na produção de um editorial de moda de revista feminina. Também analisa o papel de outros profissionais, como o editor de moda e o fotógrafo. Juntos, eles devem trabalhar em harmonia para que consigam produzir uma imagem final de qualidade, e assim, despertar o desejo de consumo no público-alvo estabelecido. Para tanto, foi pesquisado sobre o desenvolvimento e a importância da imprensa feminina no Brasil. Como consequência, foi produzido um editorial de moda feminina seguindo como referência a revista **Nova Cosmopolitan**, de edição nacional. O editorial denominado **Guiada pelo Cosmo** foi inspirado nos doze signos do zodíaco e construído a partir das características gerais de cada um. Constituído por vinte e quatro fotografias produzidas em estúdio, com doze visuais direcionados para a estação Outono/Inverno, sendo cada um deles inspirado em um signo, o editorial levou em conta cores e elementos relativos às suas específicas personalidades.

**Palavras-chave:** *Stylist*. Editorial. Moda. Astrologia. Signos.

## ABSTRACT

The present study aims to demonstrate the importance of the stylist in the production of a women's fashion magazine editorial. It also looks at the role of other professionals, such as the fashion editor and the photographer. They should work together and in harmony so that they can produce a final image of quality, and thus, arouse the desire to consume on the target public. For that, the development and the importance of the feminine press in Brazil were analyzed. As a consequence, a feminine fashion editorial was produced having as main reference the Brazilian magazine **Nova Cosmopolitan**. The editorial, called **Guided by the Cosmos**, was inspired by the twelve signs of the zodiac and built from the general characteristics of each. Consisting of twenty-four studio-produced photographs, with a view to the Autumn/Winter seasons, each of them was inspired by a sign, considering colors and elements related to their personalities.

**Keywords:** Stylist. Editorial. Fashion. Astrology. Signs.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Produtores de moda em ação .....	13
Figura 02 - Capa da <b>Nova Cosmopolitan</b> , set. 2016 .....	21
Figura 03 - Prancha de referência de público-alvo .....	23
Figura 04 - Representação de um mapa astral .....	25
Figura 05 – Representação dos 12 signos do zodíaco .....	27
Figura 06 - Prancha referencial do tema .....	29
Figura 07 - Glifo Áries .....	31
Figura 08 - Glifo Touro .....	31
Figura 09 - Glifo Gêmeos .....	32
Figura 10 - Glifo Câncer .....	33
Figura 11 - Glifo Leão .....	34
Figura 12 - Glifo Virgem .....	35
Figura 13 - Glifo Libra .....	36
Figura 14 - Glifo Escorpião .....	36
Figura 15 - Glifo Sagitário .....	37
Figura 16 - Glifo Capricórnio .....	38
Figura 17 - Glifo Aquário .....	39
Figura 18 - Glifo Peixes .....	40
Figura 19 - Prancha de referência do tema e revista <b>Nova Cosmopolitan</b> .....	42
Figura 20 - Prancha de inspiração de <i>look</i> - Áries .....	45
Figura 21 - Prancha de inspiração de <i>look</i> - Touro .....	46
Figura 22 - Prancha de inspiração de <i>look</i> - Gêmeos .....	47
Figura 23 - Prancha de inspiração de <i>look</i> - Câncer .....	48
Figura 24 - Prancha de inspiração de <i>look</i> - Leão .....	49
Figura 25 - Prancha de inspiração de <i>look</i> - Virgem .....	50
Figura 26 - Prancha de inspiração de <i>look</i> - Libra .....	51
Figura 27 - Prancha de inspiração de <i>look</i> - Escorpião .....	52
Figura 28 - Prancha de inspiração de <i>look</i> - Sagitário .....	53
Figura 29 - Prancha de inspiração de <i>look</i> - Capricórnio .....	54
Figura 30 - Prancha de inspiração de <i>look</i> - Aquário .....	55
Figura 31 - Prancha de inspiração de <i>look</i> - Peixes .....	56
Figura 32 - Prancha de referência de beleza .....	58

Figura 33 - <i>Look</i> inspirado no signo de Áries .....	59
Figura 34 - Detalhes do <i>look</i> - Áries .....	60
Figura 35 - <i>Look</i> inspirado no signo de Touro .....	61
Figura 36 - Detalhes do <i>look</i> - Touro .....	62
Figura 37 - <i>Look</i> inspirado no signo de Gêmeos .....	63
Figura 38 - Detalhes do <i>look</i> - Gêmeos .....	64
Figura 39 - <i>Look</i> inspirado no signo de Câncer .....	65
Figura 40 - Detalhes do <i>look</i> - Câncer .....	66
Figura 41 - <i>Look</i> inspirado no signo de Leão .....	67
Figura 42 - Detalhes do <i>look</i> - Leão .....	68
Figura 43 - <i>Look</i> inspirado no signo de Virgem .....	69
Figura 44 - Detalhes do <i>look</i> - Virgem .....	70
Figura 45 - <i>Look</i> inspirado no signo de Libra .....	71
Figura 46 - Detalhes do <i>look</i> - Libra .....	72
Figura 47 - <i>Look</i> inspirado no signo de Escorpião .....	73
Figura 48 - Detalhes do <i>look</i> – Escorpião .....	74
Figura 49 - <i>Look</i> inspirado no signo de Sagitário .....	75
Figura 50 - Detalhes do <i>look</i> – Sagitário .....	76
Figura 51 - <i>Look</i> inspirado no signo de Capricórnio .....	77
Figura 52 - Detalhes do <i>look</i> - Capricórnio .....	78
Figura 53 - <i>Look</i> inspirado no signo de Aquário .....	79
Figura 54 - Detalhes do <i>look</i> - Aquário .....	80
Figura 55 - <i>Look</i> inspirado no signo de Peixes .....	81
Figura 56 - Detalhes do <i>look</i> - Peixes .....	82
Figura 57 - Beleza inspirada no elemento Fogo .....	83
Figura 58 - Beleza inspirada no elemento Água .....	84
Figura 59 - Beleza inspirada no elemento Ar .....	85
Figura 60 - Beleza inspirada no elemento Terra .....	86

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2 PRODUÇÃO DE MODA: O PAPEL DO EDITOR, DO <i>STYLIST</i> E DO FOTÓGRAFO DE MODA</b> .....	12
2.1 SURGIMENTO E DESENVOLVIMENTO DA IMPRENSA FEMININA NO BRASIL .....	14
2.2 O <i>STYLIST</i> COMO CRIADOR DE IMAGEM PARA REVISTAS FEMININAS DE MODA .....	17
<b>3 REVISTA NOVA COSMOPOLITAN: MERCADO E CONSUMIDORAS</b> .....	19
<b>4 ASTROLOGIA E SEUS CONCEITOS BÁSICOS</b> .....	24
4.1 A MULHER E A ASTROLOGIA .....	27
4.2 OS DOZE SIGNOS ZODIACAIS E SUAS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS .	30
4.2.1 <i>Áries (Aries)</i> .....	30
4.2.2 <i>Touro (Taurus)</i> .....	31
4.2.3 <i>Gêmeos (Gemini)</i> .....	32
4.2.4 <i>Câncer (Cancer)</i> .....	32
4.2.5 <i>Leão (Leo)</i> .....	33
4.2.6 <i>Virgem (Virgo)</i> .....	34
4.2.7 <i>Libra (Libra)</i> .....	35
4.2.8 <i>Escorpião (Scorpio)</i> .....	36
4.2.9 <i>Sagitário (Sagittarius)</i> .....	37
4.2.10 <i>Capricórnio (Capricornius)</i> .....	37
4.2.11 <i>Aquário (Aquarius)</i> .....	38
4.2.12 <i>Peixes (Pisces)</i> .....	39
<b>5 EDITORIAL DE MODA FEMININA: GUIADA PELO COSMO</b> .....	41
5.1 NARRATIVA DO EDITORIAL: ROUPAS E ACESSÓRIOS .....	43
5.2 BELEZA .....	57
<b>6 PRODUTO FINAL</b> .....	59
6.0.1 Produto Final <i>Áries</i> .....	59
6.0.2 Produto Final <i>Áries</i> – Detalhes .....	60
6.0.3 Produto Final <i>Touro</i> .....	61
6.0.4 Produto Final <i>Touro</i> – Detalhes .....	62
6.0.5 Produto Final <i>Gêmeos</i> .....	63

<b>6.0.6 Produto Final Gêmeos – Detalhes</b>	64
<b>6.0.7 Produto Final Câncer</b>	65
<b>6.0.8 Produto Final Câncer – Detalhes</b>	66
<b>6.0.9 Produto Final Leão</b>	67
<b>6.0.10 Produto Final Leão – Detalhes</b>	68
<b>6.0.11 Produto Final Virgem</b>	69
<b>6.0.12 Produto Final Virgem – Detalhes</b>	70
<b>6.0.13 Produto Final Libra</b>	71
<b>6.0.14 Produto Final Libra – Detalhes</b>	72
<b>6.0.15 Produto Final Escorpião</b>	73
<b>6.0.16 Produto Final Escorpião – Detalhes</b>	74
<b>6.0.17 Produto Final Sagitário</b>	75
<b>6.0.18 Produto Final Sagitário – Detalhes</b>	76
<b>6.0.19 Produto Final Capricórnio</b>	77
<b>6.0.20 Produto Final Capricórnio – Detalhes</b>	78
<b>6.0.21 Produto Final Aquário</b>	79
<b>6.0.22 Produto Final Aquário – Detalhes</b>	80
<b>6.0.23 Produto Final Peixes</b>	81
<b>6.0.24 Produto Final Peixes – Detalhes</b>	82
<b>6.0.25 Beleza Final Fogo</b>	83
<b>6.0.26 Beleza Final Água</b>	84
<b>6.0.27 Beleza Final Ar</b>	85
<b>6.0.28 Beleza Final Terra</b>	86
<b>6.1 FICHA TÉCNICA</b>	87
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	88
<b>REFERÊNCIAS</b>	90

## 1 INTRODUÇÃO

O trabalho a seguir é fruto da pesquisa desenvolvida com o objetivo de criar um editorial de moda feminina para ser apresentado ao Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora como parte dos requisitos para a obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Portanto, *styling*, termo apropriado da língua inglesa, pode ser definido como criação e/ou concepção de imagens que traduzam abrangente e subjetivamente um estilo de vida, perfil de consumo ou proposta estilística (FAÇANHA; MESQUITA, 2012). Ou seja, *styling* em moda é basicamente criação de imagem que tem como finalidade tornar o produto mais atraente e ao mesmo tempo reforçar o seu conceito.

O profissional responsável pelo *styling* é denominado *stylist*, que é por sua vez, o responsável pela criação do conceito da imagem de moda. Em um editorial fotográfico é ele quem escolhe os *looks* que serão apresentados de acordo com o tema proposto, de maneira que irá traduzir a mensagem de forma correta. Assim como a figura do *stylist* é essencial na produção de editoriais de revistas de moda, também é importante a escolha de um tema que se encaixe nos interesses do público-alvo de cada revista.

No presente estudo, inicialmente foram pesquisados a importância e o papel dos principais profissionais envolvidos na produção de um editorial de moda: o *stylist*, o editor de moda e o fotógrafo. Também foi analisado como as revistas femininas se tornaram veículos de comunicação tão importantes para as mulheres, bem como, a atuação do *stylist* na construção de imagens para essas revistas.

Em seguida, foi selecionado um tema e um público-alvo para a criação de um editorial de moda direcionado a uma revista feminina, no caso, optou-se pela **Nova Cosmopolitan**. A partir daí, foi realizado um estudo sobre a revista e uma análise de seus leitores para que o conceito fosse construído de acordo com este mercado. Após a criação de pranchas de referência de *looks* e beleza, foram produzidas 24 imagens fotográficas inspiradas nos signos do zodíaco, tema escolhido para a criação do editorial. Concluindo, trata-se de uma pesquisa Qualitativa, de caráter Exploratório, elaborada através uma pesquisa Bibliográfica.

## 2 PRODUÇÃO DE MODA: O PAPEL DO EDITOR, DO *STYLIST* E DO FOTÓGRAFO DE MODA

A partir da segunda metade do século XX, o sistema da moda passou por uma série de transformações e a informação de moda se ampliou. Com isso, especialmente na década de 1990, os profissionais ligados a criação/concepção e realização da imagem ganharam destaque. A qualidade da comunicação com o consumidor é definida pela força da imagem transmitida e, quanto mais especialistas contribuírem com seus conhecimentos, mais intensa será essa força. Assim, profissionais como: Editores de Moda, *Stylists* e Fotógrafos de Moda passaram a ser extremamente valorizados. De acordo com Cristiane Mesquita “Moda é imagem, constrói imagens, confunde-se com as imagens da mídia, dialoga com as imagens da arte e se mistura com as imagens de marketing” (FAÇANHA; MESQUITA, 2012, p. 42).

Logo, a criação de imagem de moda trata de tornar uma idéia de moda visível ao outro, portanto, a junção de seus componentes cria uma unidade, formando seu conceito, sua identidade e são eles: locação, cenário, iluminação, linha estilística do fotógrafo, modelo, cabelo e maquiagem, edição do produto e cor.

O Editor de Moda é o responsável por identificar as tendências, escolher matérias e direcionar as pautas, ou seja, o roteiro dos temas mais importantes para a edição a partir das características da revista para a qual trabalha. E ainda, coordenar o trabalho de fotógrafos e produtores, contudo, esse profissional, pode até ser formado em jornalismo, e é importante que tenha uma boa noção de estética, fotografia e história da arte. Sobre os primeiros profissionais da área, as autoras McAssey e Buckley (2013, p. 11) afirmam:

Os primeiros *stylists* eram editores de moda que trabalhavam exclusivamente para revistas de moda. Esses editores realmente ‘editavam’ as roupas e as páginas que seriam destaque na revista. Sob a direção inicial do editor de moda, o relacionamento mais importante durante a sessão de fotos era entre fotógrafo e modelo.

Já, o *Stylist* é o profissional responsável pela criação e pela organização de uma imagem de moda. Comanda desde a pesquisa, a concepção e a realização de um projeto, até a pós-produção ou finalização. Pode atuar em campos variados como: editoriais fotográficos, campanhas publicitárias, catálogos promocionais,

desfiles, consultoria pessoal e figurino. Para realizar seu trabalho corretamente, o *stylist* deve estar sempre atualizado e atento em relação ao que acontece a sua volta, no que diz respeito ao universo da moda, como também nos mais diversos assuntos ao redor do mundo. Segundo Façanha e Mesquita (2012, p. 35), só assim ele “será capaz de imaginar, fazer mil conexões, adentrar no imaginário das pessoas, em seus sonhos, fantasias, e ser capaz de levá-las em uma viagem onírica de sensações, cores e texturas”. As autoras ainda afirmam que esse profissional deve ter como atividades diárias a leitura, escrita, viagens, assistir filmes, entre outras, pois só assim ele terá o repertório necessário para poder criar. Na Figura 01, foto de um *backstage* de um desfile de moda com diversos produtores de moda em ação:



Figura 01 – Produtores de moda em ação.

Fonte: Disponível em: <<http://blog.fashionlearn.com.br/o-que-faz-um-produtor-de-moda-2/>> .  
Acesso em: 11.set.2016.

O “olhar” do Fotógrafo de Moda é extremamente importante. É ele o responsável por enquadrar de maneira perfeita a cena idealizada pelo *stylist*, de forma que a imagem obtida consiga passar a mensagem desejada. É função do *stylist* escolher e organizar peças de roupas, acessórios e até mesmo os cenários, enquanto o fotógrafo determina posições de iluminação e câmera, principalmente. É fundamental que o *stylist* conheça os diferentes tipos de fotógrafos e saiba qual se adequa melhor ao tipo de cada trabalho. Scalzo destaca a importância da fotografia para uma revista de moda, dizendo:

Quando alguém olha para uma página de revista, a primeira coisa que vê são as fotografias. Antes de ler qualquer palavra, é a fotografia que vai prendê-lo àquela página ou não. Fotos provocam reações emocionais, convidam a mergulhar num assunto, a entrar numa matéria. Por isso, ter fotos boas em mãos é fundamental. Elas devem excitar, entreter, surpreender, informar, comunicar ideias ou ajudar o leitor a entender a matéria. Numa época carregada de apelos visuais, o uso da fotografia tornou-se ainda mais relevante (SCALZO, 2008, p. 69-70).

Nenhum destes profissionais trabalha isolado, todos formam uma equipe e juntos buscam chegar ao melhor resultado possível, criando imagens que chamem a atenção do público-alvo e despertem o desejo de compra.

## 2.1 SURGIMENTO E DESENVOLVIMENTO DA IMPRENSA FEMININA NO BRASIL

Com a chegada da Família Real ao Rio de Janeiro, em 1808, a cidade passa por uma série de transformações no espaço urbano e nos costumes dos habitantes. Abriram-se os portos, fundou-se uma tipografia, sendo então publicado um jornal oficial; instituíram-se academias de medicina e belas-artes. Além disso, introduziram-se os costumes europeus e a capital se tornou “um espaço privilegiado para a difusão da moda” (RAINHO, 2002, p. 48). A vinda da Corte portuguesa promoveu a europeização da capital, o que criou novas exigências para a “boa sociedade”. Rainho (2002, p. 56), nos esclarece que “é nesse contexto que a moda vai somar-se ao refinamento dos modos e ao polimento dos costumes, passando a significar também marca da boa sociedade”.

Um dos aspectos importantes que permitiram a difusão da moda no Rio de Janeiro se refere ao surgimento da imprensa feminina e de seu papel na formação de estruturas mentais favoráveis à moda. Logo, Rainho relata que:

Mais do que descrever trajes ou reproduzir figurinos estrangeiros, os jornais que possuíam colunas sobre o tema se dedicaram, desde o seu surgimento, a justificar a importância da moda e discutir sua adoção, tornando-se um espaço fundamental não só para a sua divulgação, mas, principalmente, para transformar a moda em algo comum para a boa sociedade (RAINHO, 2002, p. 65).

A moda transforma-se num objeto a ser registrado, analisado e discutido. Impulsiona e é impulsionada pela imprensa feminina, que, desde o seu aparecimento, dedica a ela um espaço considerável. Foi o surgimento da imprensa que permitiu à elite se informar quanto aos comportamentos, aos trajes e às modas

mais apropriados. O primeiro veículo dirigido ao público feminino que se tem notícia no país é o **Espelho Diamantino**, criado em 1827, tratava de política, literatura, belas-artes e moda. É a partir desta data que surgem, no Rio de Janeiro, periódicos especializados em moda, publicando imagens de figurinos importados, além de promover o debate acerca de sua necessidade e importância. E ainda, outro discurso sobre a moda podia ser observado nos manuais de etiqueta e civilidade, que segundo Rainho (2002, p. 68), “no que se referia às vestimentas, os manuais apontavam as mais adequadas a cada circunstância da vida social, enfatizando que deveriam estar sempre de acordo com o sexo, a idade e a posição social do portador”.

Nos artigos e nas colunas de moda, os cronistas descreviam festas e bailes, citavam lojas a serem visitadas e comentavam os trajes utilizados por aqueles que se destacavam na vida social da cidade, estabelecendo uma relação de cumplicidade com o leitor ao refletir seus interesses e preocupações. A década de 1850 foi a que surgiu o maior número de periódicos dedicados à moda na cidade. Entre os jornais de moda surgidos no século XIX, o **Jornal das Senhoras** merece destaque, pois era totalmente editado e redigido por mulheres; além disso, sua linguagem clara visava a uma intimidade com a leitora, aproximando-a do assunto tratado. Contudo, “de maneira geral, os jornais de moda que circularam no Rio de Janeiro no século XIX eram jornais femininos, embora muitas colunas e notícias sobre o tema tenham surgido naqueles dedicados à família ou até mesmo nos jornais satíricos” (RAINHO, 2002, p. 79).

Criados a partir do interesse feminino pela moda, despertado pelo contato com os estrangeiros, pela intensificação da vida social e pelo desenvolvimento de um comércio especializado no Rio de Janeiro, os jornais de moda tinham a mulher da “boa sociedade” como o alvo do seu discurso e sua principal interlocutora.

Por meio das colunas de moda fazia-se também a propaganda, ainda que discreta, das lojas mais famosas da cidade. Havia vários anúncios de roupas e calçados nos jornais do Rio de Janeiro, mas um comentário a respeito de uma determinada loja ou produto na parte de moda dava mais credibilidade ao anunciante, pois aquele era um espaço ocupado por “especialistas”.

No século XX surge a **Revista Feminina**, primeira publicação em estilo magazine no Brasil. Até o seu lançamento, em 1914, “as mulheres não possuíam um veículo exclusivo, dedicado unicamente ao universo feminino” ressalta Bonadio

(2007, p. 153). Assim, ela pode ser considerada uma precursora dos modernos veículos de comunicação dedicados à mulher no Brasil. A revista possuía uma preocupação em ocupar o tempo livre das leitoras, publicando matérias dedicadas ao ensino de bordados, cuidados com as plantas e variadas técnicas de artesanato. O alvo principal de suas mensagens eram as mulheres esposas e mães. A moda teve por mais de dez anos um espaço fixo na revista denominado “A Moda”, assinado pela cronista Marinette, que segundo Bonadio (2007, p. 165), “seu objetivo era divulgar as novidades no tocante as roupas, acessórios e penteados, por meio da descrição e da ilustração de modelos que vinham sempre precedidos do comentário de sua redatora.”

Algumas revistas de grande tiragem e circulação dedicavam espaço à mulher, em especial por meio das seções de moda. **A Cigarra** é o periódico que reservava maior espaço aos “assuntos femininos”, ficando logo atrás da **Revista Feminina**. Também existiam outras revistas como **Vida Moderna**, **Fon-Fon**, **Revista da Semana** e **O Cruzeiro**.

O meio do século foi um período especialmente importante para a imprensa, em especial a de revista, pois marcou a consolidação do modelo capitalista e a disseminação da publicidade com o fim das restrições impostas pelas guerras. A introdução de um modelo de vida baseado no consumo e o aumento dos índices de escolaridade deu impulso ao mercado editorial. Foi a partir da década de 1950 que alguns dos mais relevantes títulos femininos surgiram.

**Capricho** (1952) é a revista feminina mais antiga ainda em circulação no Brasil. Destinada às garotas sonhadoras, o título seguia um formato que conquistou leitoras por todo o mundo latino: o da fotonovela. Chegou a vender 500 mil exemplares por mês e se intitular “a maior revista da América Latina”. Em 1959, surgiu **Manequim**, a primeira revista brasileira exclusivamente de moda e a primeira publicação de prestação de serviços nessa área, que ensinava a mulher a costurar seus próprios vestidos, ou fornecia moldes para que elas os encomendassem. Em 1961, surge **Claudia**, “a revista que queria ser mulher”, foi a primeira revista a trabalhar com uma equipe estruturada de manequins, fotógrafos e produtores de moda em seus editoriais, ajudando na formação de uma moda nacional. A partir da década de 1970, títulos internacionais começam a chegar ao Brasil para as leitoras mais informadas e sofisticadas: **Cosmopolitan**, em 1973; **Vogue Brasil**, em 1975; **Elle**, em 1987; **Marie Claire**, em 1991; **Estilo de Vida**, em 2002; e por último

**L'Officiel Brasil**, em 2007. Com um público leitor fiel, a solidificação da imprensa feminina passou a ser um fato consumado.

## 2.2 O *STYLIST* COMO CRIADOR DE IMAGEM PARA REVISTAS FEMININAS DE MODA

Desde os primeiros periódicos publicados no século XIX, a moda é notícia, e foi conquistando espaço com o passar dos anos. Com o desenvolvimento da indústria de produtos femininos, a mulher tornou-se um dos mais importantes públicos-alvo, ao mesmo tempo em que a imprensa feminina fortaleceu-se.

A criação das imagens publicadas nas revistas de moda é muito importante, pois, “quem compra moda está, na verdade comprando imagem” (FAÇANHA; MESQUITA, 2012, p. 191). A função da imagem deixou de ser apenas mostrar as roupas da estação e passou a abranger também a veiculação de conceitos, estilo de vida, atitudes e ainda a identidade e criação dos profissionais envolvidos na fotografia de moda, como o *stylist* e fotógrafo, pois o mais importante é que transmita uma mensagem que busca atingir o consumidor.

Segundo Façanha e Mesquita (2012), *stylist* é o profissional que cria um conceito denominado de *styling*, uma linguagem com códigos semióticos que serão interpretados pela sociedade. Esse conceito é uma amarração de elementos que vão criar a imagem de moda. É por meio dela que o *stylist* conta uma história, a qual tem como objetivo chamar a atenção do público-alvo, ou seja, do leitor; e assim, despertar o desejo de compra. Além de contar a história, ele organiza a forma com que ela será contada, pois uma de suas principais funções é agregar valor àquela roupa. Ele deve criar uma ligação entre o público, a representação e a realidade.

No caso de editoriais impressos para revistas de moda, o *stylist* define a linha estilística e temática do trabalho e a escolha dos profissionais envolvidos, como por exemplo: modelos e maquiadores, bem como, acompanha sessões de fotografia, a edição e a proposta de publicação.

Cada veículo ou publicação possui seu público leitor específico. Atualmente, temos uma grande quantidade de revistas femininas nas bancas, para todas as faixas etárias e camadas sociais. Por isso, a linha editorial da revista é a bússola que orienta o *stylist* de moda na hora em que monta uma produção. De acordo com Joffily e Andrade:

A linha editorial define a imagem do[a] leitor[a] de determinado veículo, qual a sua faixa etária e o seu poder socioeconômico, e o produtor precisa ter em mente se está dirigindo a um grande consumidor de moda, se é alguém de vanguarda nos seus hábitos de consumo de moda ou, pelo contrário, é alguém mais conservador. Outro dado importante é estar atento à escolaridade desse público: ele tem ensino fundamental completo ou faz parte dos 30 a 40% da população brasileira que têm curso universitário? O produtor de moda deve estar ligado em todas essas informações e conectado com a realidade para preparar seu trabalho (JOFFILY; ANDRADE, 2011, p. 43).

Portanto, o *stylist* é parte fundamental no processo de produção de um editorial de moda, sendo ele um colaborador essencial para o processo de criação de imagens. Pois, conhece e se envolve em todas as etapas da sua construção fazendo com que cada produção seja singular, conforme o “olhar” do profissional escolhido para a realização do trabalho.

### 3 REVISTA NOVA COSMOPOLITAN: MERCADO E CONSUMIDORAS

Atualmente, no Brasil, existe cerca de 299 editoras, que publicam mais de 1.600 títulos vendidos em bancas de jornais e em diversos estabelecimentos comerciais, mesmo assim, com tantas opções de leitura, o brasileiro compra em média duas revistas ao ano. O Grupo Abril é o líder no ranking de distribuição de revistas, com 65,7% de participação, e também a editora com o maior número de títulos regulares postos à venda nestes estabelecimentos. Todas estas publicações buscam de alguma maneira incentivar o consumo de mercadorias e serviços na sociedade pós-moderna, que muito bem nos esclarece Svendsen:

O consumidor pós-moderno projeta gozo idealizado sobre produtos cada vez mais novos, uma vez que os velhos e bem conhecidos perdem pouco a pouco sua capacidade de encantar. Como escreve Campbell, há uma relação entre o desejo dos 'objetos dos sonhos' do consumidor pós-moderno [o carro dos sonhos, as férias dos sonhos etc.]. Em completa conformidade com isso, Richard Avedon declarou em 1984 que seu papel como fotógrafo da *Vogue* consistia em vender sonhos, não roupas (SVENDSEN, 2010, p. 131).

Portanto, a revista **Nova**, objeto de estudo desta pesquisa, foi lançada nas bancas em setembro de 1973 e revolucionou o cenário de revistas femininas da época, atendendo às expectativas e ambições das mulheres, pois logo nas primeiras edições, a revista já tratava de assuntos tabus como sexualidade, de forma natural e nunca vista em outras revistas. Ainda hoje, essa temática é bastante explorada pela publicação, que tenta cada vez mais desmitificar o assunto. De acordo com Cristina Naumovs, atual diretora de arte da **Nova**, foi pensando em diversão que Roberto Civita, editor da Abril, resolveu trazer a revista para o Brasil, sob os cuidados de Fatima Ali, a primeira diretora. A **Nova** faz parte da rede internacional **Cosmopolitan**, que publica quarenta e sete edições diferentes, em vinte e três idiomas, que circulam em mais de 100 países (há uma edição, por exemplo, que circula em toda a América Latina). A edição brasileira foi a única no mundo todo que não adotou de cara a marca **Cosmopolitan**. De acordo com a editora, **Nova** é a revista feminina mais vendida no mundo, vendendo, no total, 6 milhões de cópias mensais para cerca de 36 milhões de mulheres todos os meses. Aqui no Brasil, tem uma tiragem mensal de aproximadamente 400 mil exemplares.

Carlos Maranhão, autor da bibliografia sobre o Dr. Roberto, conta que Fátima Ali e Roberto Civita saíram às ruas, na época em que a revista foi lançada, para descobrir quem eram as mulheres de **Nova Cosmopolitan** dos anos 70 e descobriram que eram muitas: nove tipos de leitoras. Devido a isso, Cristina Naumovs declara “É com esse compromisso que a gente fecha cada edição: pensando que você e mais oito tipos de mulheres precisam se sentir contempladas e atendidas, que seremos sempre ser a melhor amiga que você pode ter” (NAUMOV, 2016, p. 13).

**Nova** é de periodicidade mensal e o conteúdo editorial de todas as edições é composto pelos seguintes temas: Amor/Sexo, Vida/Trabalho, Gente Famosa, Beleza/Saúde, Moda/Estilo e Horóscopo. De acordo com a Editora Abril, a missão da **Nova** é incentivar e apoiar a mulher na busca do autoconhecimento, no desenvolvimento pessoal, na ousadia e coragem para enfrentar seus desafios, assim como na construção da auto-estima e da autoconfiança feminina.

O perfil da leitora é o de uma mulher jovem, entre 20 e 35 anos, das classes A, B e C. Mulher de atitude, cheia de energia, ousada, independente, à frente do seu tempo, positiva, busca equilíbrio emocional e procura sempre superar os seus próprios limites como mulher e profissional. Nas reportagens, busca apreender e atualizar, pois quer saber mais sobre sexo, carreira, beleza, amor e moda.

Após as mudanças de política editorial assumidas pelas revistas nos anos 70, os editoriais ganharam ambientações, temas e novos formatos. Aos poucos, as fotos se tornaram mais ousadas, trabalhadas, ambientadas e o cenário passou a interagir com a roupa. Vender a bela modelo e as peças de roupas não são mais a única intenção das revistas. Mais do que isso, querem despertar o desejo por meio de belas e estruturadas imagens. Devido a estes fatos, a linha editorial assumida pela **Nova** é baseada em seu público-alvo: mulheres jovens, dinâmicas, independentes economicamente e com alto nível cultural. Os editoriais podem ser feitos em estúdio, mas na maioria das vezes acontecem em locações externas. As modelos são sempre mulheres dentro do perfil do público-alvo da revista para obter uma identificação e aproximação com as leitoras. Sempre trazem as últimas novidades da moda, mas com o cuidado de apresentar diferentes opções de gosto, ou seja, diferentes maneiras de usar as tendências.

Já que a maior parte das leitoras tem menos de 30 anos, **Nova** prioriza artigos e reportagens de interesse específico dessas mulheres. Exemplificando, em

relação às reportagens de sexo, há vasto número de abordagens sobre o tema, que vai desde sexo no primeiro encontro, etiqueta sexual no primeiro encontro, etiqueta sexual para recém-namorados, ideias para apimentar a relação, dentre outros. Em resumo, as reportagens são centradas na maioria das questões pelas quais as mulheres solteiras se interessam. A capa da revista, na maioria das vezes, é ilustrada com uma mulher brasileira famosa, como podemos ver na Figura 02, a cantora Anitta posando para o exemplar:



Figura 02 - Capa da **Nova Cosmopolitan**, set. 2016.

Fonte: Disponível em: <<http://mdemulher.abril.com.br/cosmopolitan-brasil/edicao/516>>. Acesso em: 11.set.2016.

A revista possui uma seção de Horóscopo mensal no final da publicação, a qual é a relação e a fonte de inspiração para este pesquisa que tem como objetivo a criação de um editorial de moda. O signo do mês vem em destaque, sempre com uma mulher famosa para ilustrar e os seguintes tópicos: Amor, Sexo, Carreira, Conselho, Principal Desafio, Válvula de Escape, Dica Quente, Melhores Apostas/Parcerias e Melhores Dias. Também, destaca o masculino do signo referente ao mês, ilustrando com um famoso e trazendo as previsões para a data. Os outros signos também são apresentados com um pequeno resumo do período e indicação dos melhores dias para cada um.

Segundo Lamounier (2006), as assinantes de **Nova** levam aproximadamente 5 dias para ler seu conteúdo. Um exemplar é lido por 3,5 pessoas, em média. Pesquisas indicam que 86% das leitoras acham que a revista informa; 61% dizem que a revista diverte; 69% lêem a revista no quarto e 78% prestam atenção aos anúncios publicados e os lêem. As edições são compostas de 180 páginas em média e 38,9% das páginas são anúncios publicitários; alguns ocupam duas, três e até quatro páginas, porém a maioria é de somente uma página.

Hoje a **Nova Cosmopolitan** encontra-se em diversas formas de mídias como: no celular, no site, em redes sociais e eventos. Na internet, há possibilidade de acessar outras matérias, tanto para os assinantes como para os leitores que compram as revistas avulsas, por meio de uma palavra-chave no corpo da revista. Há, também, o acesso ao portal da **Nova** no celular que mostra o conteúdo disponível na revista mês a mês. No próximo capítulo faremos uma pequena explanação sobre a definição de Astrologia e seus signos, bem como a sua relação com o universo feminino. A prancha a seguir, Figura 03, ilustra o comportamento e interesses do público-alvo do editorial produzido por essa pesquisa.



Figura 03 - Prancha de referência de público-alvo.  
Fonte: Da autora, 2016.

## 4 ASTROLOGIA E SEUS CONCEITOS BÁSICOS

Farebrother nos define astrologia como sendo “o estudo dos planetas e das suas órbitas que, vistos da Terra, percorrem os signos do zodíaco; e é o estudo das correlações desses movimentos com os acontecimentos terrenos” (FAREBROTHER, 2015, p. 17), portanto, como o nascimento é um acontecimento terreno, a astrologia descreve as correspondências entre as posições planetárias, em qualquer data, e o caráter da pessoa. Logo, para a astrologia, os planetas desempenham um papel vital no governo dos signos zodiacais.

Os primeiros registros astrológicos de que temos conhecimento datam de 4 mil a.C. na Mesopotâmia, região que hoje chamamos de Oriente Médio. A astrologia teria nascido como tentativa de prever nos céus os ciclos de fertilidade da terra, prática que logo se estendeu para previsões políticas, com os governantes que recorriam aos observadores do céu como recurso para antecipar os movimentos coletivos. O saber astrológico foi desenvolvido pelo Egito, pela Pérsia e chegou à Grécia, onde, já quase no ano zero do nosso calendário, a astrologia foi sistematizada da forma como a praticamos hoje. Por fim, a dominação romana colaborou para divulgar esse conhecimento em ampla escala pelo Ocidente, passando pelos árabes, que a aperfeiçoaram ainda mais.

A astrologia existe há milhares de anos e sua popularidade variou muito no decorrer da história. Muitos pensadores a reconheceram como ciência, e por muito tempo ela foi disciplina obrigatória nos estudos de nível universitário, e ainda, é um dos mais antigos sistemas de pensamento conhecidos pela humanidade.

O mapa astral, Figura 04, é composto por doze signos, doze casas e pelo menos dez planetas que interagem entre si. Contudo, três fatores funcionam como os pilares sobre os quais cada indivíduo desenvolve e influencia sua personalidade: o Sol, o Ascendente e a Lua.

Hoje, a astrologia não é muito usada para prever acontecimentos futuros, mas para interpretar o caráter dos indivíduos. Para praticá-la é preciso saber principalmente como reconhecer e ler os símbolos astrológicos, bem como, interpretar seus significados. Abaixo Mello nos esclarece e define sobre o mapa astral dizendo que:

Fazer seu mapa astral é saber que você nasceu sob tal configuração celeste, com determinado Signo, Ascendente, Lua, e descobrir a posição de todos os demais planetas do sistema solar nesse dia. E ainda outros aspectos astronomicamente calculados. Tudo isso significa uma coisa: você. (MELLO, 2016, p.10).

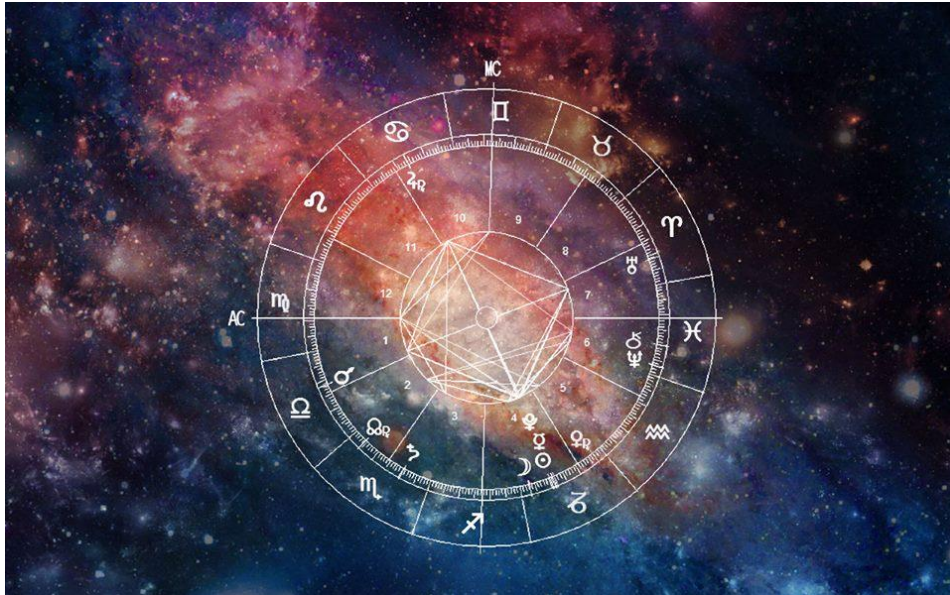


Figura 04 - Representação de um mapa astral.

Fonte: Disponível em: <<http://www.boavidaonline.com.br/mapa-astral-e-a-historia-da-astrologia-com-daniel-paiva/>>.

Acesso em: 25.set.2016.

Representações dos doze signos do zodíaco, ou seus glifos, são feitas tradicionalmente nos mapas astrais criados por astrólogos, onde as constelações zodiacais podem ser mostradas dentro de um círculo.

O Signo ao qual você se refere como seu, é aquele onde se encontrava o Sol, no seu mapa, no dia de seu nascimento. Daqui da Terra, nós o observamos transitar anualmente pelos doze signos em determinadas datas que sempre se repetem em um ciclo contínuo. O Sol é o símbolo do “eu”, por isso se diz “meu signo”, e é a partir da qualidade solar que se fundamenta a própria identidade. Os doze signos são divididos de duas maneiras: por semelhança qualitativa, segundo a classificação dos elementos, e rítmica, segundo as modalidades. A primeira classificação é através dos quatro elementos: ar, água, fogo e terra. Segundo Mello (2016, p. 99), “eles representam diferentes formas de expressão da energia criadora da natureza, os construtores das estruturas da vida”. Além dos elementos, podemos dividir os signos em modalidades, também chamadas de ritmos: cardinal, fixa e mutável, que de acordo com a mesma autora, o modo de um signo significa “uma vibração energética, um pulsar, que é a forma como agem tanto na psique individual quanto

na interação com os outros” (MELLO, 2016, p. 99). E ainda, refletindo o ano solar, o ciclo anual do zodíaco começa no equinócio vernal — sendo Áries a primeira das doze constelações ou signos do zodíaco, acompanhado pelos outros em intervalos de aproximadamente um mês, ou seja, 30 dias. Abaixo os nomes dos doze Signos do zodíaco, bem como os períodos dos meses do ano que regem e a seguir na Figura 05, representação gráfica dos signos:

Áries – 21 mar. a 19 abr.

Touro – 20 abr. a 19 maio.

Gêmeos – 20 maio a 20 jun.

Câncer – 21 jun. a 22 jul.

Leão – 23 jul. a 22 ago.

Virgem – 23 ago. a 20 set.

Libra – 21 set. a 20 out.

Escorpião – 21 out. a 20 nov.

Sagitário – 21 nov. a 20 dez.

Capricórnio – 21 dez. a 19 jan.

Aquário - 20 jan. a 19 fev.

Peixes – 20 fev. a 20 mar.

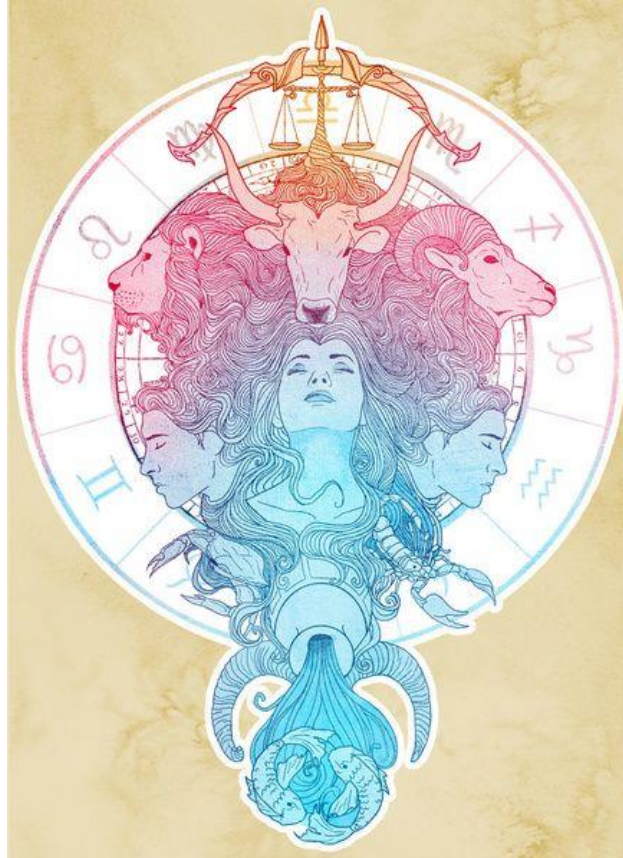


Figura 05 - Representação dos 12 signos do zodíaco.

Fonte: Disponível em: <<https://www.pinterest.com/pin/129267451780293575/>>.  
Acesso em: 05.out.2016.

O Ascendente é definido como o signo que se eleva no horizonte leste no momento do nascimento. É determinado pelo ponto de encontro entre data e hora mais a localidade do nascimento. O Ascendente funciona como a porta de entrada do mapa, o ponto de comunicação entre o que está dentro — o ser — e o que está fora — o mundo. Ele está a serviço do Sol para conferir-lhe uma identidade mais definida.

A Lua descreve o astral emocional de um indivíduo, que complementa Mello (2016, p. 132) dizendo que: “A Lua é a sensibilidade. A imaginação. É a memória, o hábito e a saudade. É também a forma como se expressa o sentimento”. Na próxima seção abordaremos a relação da mulher e as questões astrológicas.

#### 4.1 A MULHER E A ASTROLOGIA

De acordo com Maína Mello (2016, p. 14), “os astros não se importam com o seu gênero. Não há nada no mapa astral que sugira o gênero do indivíduo, sem um

nome no mapa, não se pode dizer se é de um homem ou de uma mulher”. Apesar dessa afirmação, as mulheres interagem mais com questões astrológicas, como horóscopo, do que os homens.

Psicologicamente, as mulheres tendem a ser mais sensíveis e a acreditar em coisas “mágicas”. Por isso, possuem mais facilidade em se identificar com a astrologia, pois acreditam nessa energia sobrenatural que controla sua personalidade e outras questões de sua vida. A astrologia está cada vez mais centrada no indivíduo, como ferramenta de busca pessoal para se conhecer e tentar controlar seu próprio destino.

Os homens tendem a acreditar que a única variável na definição de sua vida é ele mesmo. A forma como ele encara o mundo e como ele se constrói, dia após dia, é que define quem ele é. Segundo nos esclarece Mello:

O mapa astral descreve a sua vida em potencial. Ela é uma narrativa com um ponto de partida que é da ordem do destino: essa configuração natal não pode jamais ser alterada. Mas pode ser aperfeiçoada, pois somos seres em eterno devir: estamos sempre em processo de vir a ser nós mesmos. Em versão melhorada, espera-se! O mapa aponta um caminho que é o sentido da evolução, algo como um propósito de vida, uma missão. É certo que vamos chegar lá? Nada é certo, isso depende em grande parte das nossas escolhas. É aí que entra o livre-arbítrio (MELLO, 2016, p. 10).

Astrólogos afirmam que de acordo com sua experiência, todo mundo que procura um astrólogo está interessado em autoconhecimento, mas está ainda mais preocupado em conhecer o grande amor. O mapa não diz como tem que ser o parceiro da sua vida, mas diz muito sobre como você relaciona e que qualidades considera atraentes no outro. Mello (2016, p. 12) afirma que “na astrologia não há certo e errado. O que existe é uma dinâmica de atração e repulsão entre signos em seus elementos e modalidades que, na dança dos planetas, interagem de muitas maneiras criativas e destrutivas”. A astrologia apenas reflete a humanidade em toda a sua multiplicidade e o ser humano em sua individualidade.

Devido a estes fatos expostos, muitas publicações de revistas femininas, impressas ou digitais, possuem em seus conteúdos uma seção de Horóscopo, de acordo com seus públicos alvos, que são ou não de interesse de suas leitoras, como é o caso da revista **Nova Cosmopolitan**, objeto de estudo desta pesquisa. A seguir, a prancha referencial do tema, Figura 06, e as principais características dos doze

signos zodiacais e sua relação com o universo feminino, que servirá como fonte de inspiração na produção do editorial de moda.



Figura 06 - Prancha Referencial do tema.  
Fonte: Da autora, (2016).

## 4.2 OS DOZE SIGNOS ZODIACAIS E SUAS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

A seguir, nas próximas seções, faremos um breve relato sobre as principais características de cada signo, sendo que, algumas são gerais, servindo para homens e mulheres, e outras, somente voltadas para o público feminino, objeto de estudo desta pesquisa de onde serão retiradas as informações que servirão como referências para a construção do editorial de moda feminino denominado **Guiada pelo Cosmo**. Tais subsídios foram extraídos dos seguintes livros e revistas: **Astrologia sem segredos**, Sue Marlyn Farebrother; **Como compreender símbolos**, Clare Gibson e **Revista EVA** (Marzio Schiano), 1988.

### 4.2.1 Áries (*Aries*)

O signo de Áries é para a nascida entre 21 de março a 19 de abril, regido por Marte e pelo elemento fogo, sendo que a parte do corpo humano que domina é a cabeça. Sua polaridade é masculina. Suas principais características são: impulsiva, deseja ser a primeira, energética, ativa fisicamente, impaciente, direta e aventureira. Sua cor é vermelho vivo, já as pedras são rubi e coral vermelho. Nas questões amorosas é apaixonada e excitante, mas nem sempre confiável. Sempre comandando e procurando continuamente por dinâmica e competição. Dirigida pela avidez e nascida uma líder sem medo, ela mostra uma alma tão pura que é quase infantil; imaculada e destemida. Veste-se preferencialmente com roupas esportivas, com um estilo jovem e fresco do qual pode emergir sua vitalidade. Roupas muito práticas que lhe permitem mover-se e viajar sem problemas. É uma mulher aberta, moderna, transgressiva. Sua imagem é de decidida, como decidido e precipitado é o seu modo de se apresentar e seu modo de fazer as coisas. Suas flores são gerânio e gladiolo vermelho. O glifo, representação gráfica, de Áries comunica um par estilizado de chifres de carneiro, Figura 07, abaixo:

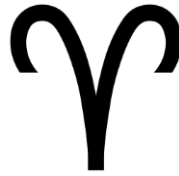


Figura 07 - Glifo Áries.

Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/550354016935723021/>>.

Acesso em: 30.out.2016.

#### 4.2.2 Touro (*Taurus*)

O signo de Touro é para a nascida entre 20 de abril a 19 de maio, regido por Vênus e pelo elemento terra, as partes do corpo que domina são pescoço e garganta. Sua polaridade é feminina. Suas principais características são: estável e realista, calma, paciente, teimosa, ponderada, calorosa, gentil e capaz de organização prática. Suas cores são verde esmeralda, rosa e branco, já as pedras são esmeralda, jade rosa e jade verde. A amante taurina é uma pessoa romântica que aprecia os prazeres sensuais e tem uma sintonia natural com os cinco sentidos. Intransigentemente teimosa com uma personalidade de forte desejo, perseverança e determinação. Ela tem um temperamento explosivo e impetuoso, que pode ser liberado quando alguém forçar seus limites. Ainda assim, ela ama qualquer coisa que aguça seus sentidos. Controlada por uma serenidade interior e um poderoso senso de estabilidade, ela é e sempre será uma força para se contar. Veste-se voluntariamente com roupas tradicionais, com um estilo muito linear. Caem-lhe bem roupas em matiz sólida de cores claras, camisas clássicas em tecido macio e muito feminino. Sabem mesclar com gosto sóbrio e essencial as suas exigências de mulher romântica à prática da vida quotidiana. Além de vestir-se com calculado efeito sedução. Suas flores são rosa e rododendro. O glifo de Touro expressa uma cabeça e chifres de boi, Figura 08, abaixo:



Figura 08 - Glifo Touro.

Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/550354016935723021/>>.

Acesso em: 30.out.2016.

### 4.2.3 Gêmeos (*Gemini*)

O signo de Gêmeos é para a nascida entre 20 de maio a 20 de junho, regido por Mercúrio e pelo elemento ar, as partes do corpo que domina são pulmões, mãos e braços. Sua polaridade é masculina. Suas principais características são: mentalmente alerta, rápida no pensamento, inquieta, curiosa, comunicativa e amigável. Suas cores são amarelo-limão e cinza prateado, já as pedras são ágata e topázio. No lado romântico, fica mais feliz quando seu amor é capaz de estimular sua mente e seu coração. Reconhecida por sua natureza contraditória, sua mente está sempre alternando entre a lógica e a insensatez. É uma combinação de muita inteligência, sagacidade e eloquência. Sempre vai lutar contra as forças místicas da esquerda e direita; espelhando seu melhor e pior e mostrando coisas que você nunca soube antes, que precisava ver. Simpatiza por roupas da última moda, adora os novos *looks*, os quais adota sem nenhuma discriminação estética. É capaz de encontrar um estilo seu, único. Ama muito: minissaias ou jeans excitante, que sabe vestir perfeitamente e espirituosamente. Segue a moda segundo seu estado de ânimo, mas sempre com uma pitada de humor. Seu estilo é um “*freestyle*”. Suas flores são ginestra e mimosa. O glifo de Gêmeos traz dois indivíduos ligados, Figura 09, abaixo:

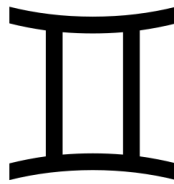


Figura 09 - Glifo Gêmeos.

Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/550354016935723021/>>.

Acesso em: 30.out.2016.

### 4.2.4 Câncer (*Cancer*)

O signo de Câncer é para a nascida entre 21 de junho a 22 de julho, regido pela Lua e pelo elemento água, as partes do corpo que domina são peito e estômago. Sua polaridade é feminina. Suas principais características são: sensível pessoalmente, cuidadosa e protetora, mutável, intuitiva e dá muita importância à

família. Suas cores são branco, prata e verde; as pedras são pérola, selenite e diamante. Em relação ao amor, sentir-se compreendida pelo parceiro é um ingrediente crucial num romance sério. Sente tudo profundamente, ainda que não goste muito de mostrar isso. Sua “concha” talvez seja dura e, por vezes inquebrável, mas é a proteção da alma gentil canceriana. Com certeza é mais difícil quebrar algo suave que o rígido. Quando a toca, você sabe que ela é a coisa mais real que já existiu. Assim como a lua, você também a verá cada dia com uma nova faceta. Veste-se com roupas de estilo clássico, mas também com roupas românticas que, de algum modo, recordam um pouco aquelas das avós, adoçadas por bordados. Geralmente, a mulher canceriana tem uma clivagem extremamente feminina. Caem-lhe bem as camisetas com tiras finas que amolecem o corpo em tecido muito feminino: seda, *chiffon* ou cetim de seda. Perfeitas as roupas cortinadas com rendas brancas, que fazem emergir uma feminilidade romântica. Suas flores são ninfeia e magnólia. O glifo de Câncer expressa pinças de caranguejo, Figura 10, abaixo:



Figura 10 - Glifo Câncer.

Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/550354016935723021/>>.

Acesso em: 30.out.2016.

#### 4.2.5 Leão (Leo)

O signo de Leão é para a nascida entre 23 de julho a 22 de agosto, regido pelo Sol e pelo elemento fogo, as partes do corpo que domina são coração e coluna. Sua polaridade é masculina. Suas principais características são: confiante, entusiástica, orgulhosa, generosa, brincalhona, criativa e dramática. Suas cores são: amarelo-ouro, amarelo alaranjado e bronze brilhante; já as pedras são: diamante, topázio e âmbar clara. Romanticamente, é atenciosa e costuma demonstrar seu amor de maneira dramática. Você consegue distingui-la da multidão; ela é aquela com a risada mais alta, o sorriso mais brilhante e a mais confiante de todo mundo. Ela é *alpha*, uma leoa, líder e guerreira. Pode até parecer aquele sonho acordado

tranquilo, mas há dentro de si um fogo ardente que nunca cessa. Veste-se com roupas animadíssimas e gosta de se exhibir. Ama o luxo, principalmente aquele feroz. Os modelos de suas roupas devem ser imponentes e “fazer muita cena”. As cores devem ser luminosas e remeter sempre ao sol e ao seu calor. A mulher leonina está sempre vestida com grande pompa: é preciosa e vistosa. Para a noite são perfeitos os tecidos vistosos para roupas imponentes e glamurosas dos pés à cabeça. Suas flores são girassol, peônia e orquídea. O glifo de Leão expressa a juba de um leão, Figura 11, abaixo:



Figura 11 - Glifo Leão.

Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/550354016935723021/>>.

Acesso em: 30.out.2016.

#### 4.2.6 Virgem (*Virgo*)

O signo de Virgem é para a nascida entre 23 de agosto a 20 de setembro, regido por Mercúrio e pelo elemento terra, a parte do corpo que domina são os intestinos. Sua polaridade é feminina. Suas principais características são: organizada de forma prática, mentalmente criativa, benigna, humilde, busca resultados, observadora silenciosa, crítica e aprecia a regularidade. Suas cores são: bege, cinza e amarelo; já as pedras são: cornalina, safira e jaspe. As amantes virginianas adoram quando são necessárias e alcançam o máximo da felicidade quando são capazes de fazer algo pelo outro, mas serão silenciosamente gratas àqueles que perceberem que elas também têm necessidades. Ela é a personificação da inocência, pureza e justiça. Sua natureza terrena faz com que ela seja extraordinariamente esperta e analítica. Tudo aquilo que lhe é bonito irrompe em um sutil, ainda magnífico, espetáculo. É uma feiticeira e pertence ao antigo; sempre se esforçando para trazer a ordem do caos. Usa preferencialmente roupas clássicas, não ama os enfeites. A virginiana é uma mulher que sabe interpretar e assimilar o gosto do momento ao seu estilo pessoal. Caem-lhe bem blusas de renda. Para a

noite vai muito bem o *smoking* mais clássico ou uma roupa em cetim de seda que envolve o corpo e tenha uma fenda imprevisível. Suas flores são: gardênia, lavanda e jasmin. O glifo de Virgem representa os órgãos reprodutivos femininos, Figura 12, abaixo:



Figura 12 - Glifo Virgem.

Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/550354016935723021/>>.  
Acesso em: 30.out.2016.

#### 4.2.7 Libra (*Libra*)

O signo de Libra é para a nascida entre 21 de setembro a 20 de outubro, regido por Vênus e pelo elemento ar, a parte do corpo que domina são os rins. Sua polaridade é masculina. Suas principais características são: indecisa, justa, ama a paz e não gosta de discussões, prefere parcerias e aprecia a harmonia e a beleza. Suas cores são: rosa, verde suave e violeta claro; já as pedras são: diamante, quartzo rosa e coral rosa. Nas questões amorosas, é ligada a parceria do casamento e sabe muito bem que precisa de outras pessoas na sua vida; independente do quanto ame alguém, é capaz de manter uma posição objetiva ao mesmo tempo. A personalidade charmosa dela é louvável, a voz melódica e o coração justo. Para entendê-la verdadeiramente, você precisa, primeiro, entender as charadas da balança; sempre equilibrando razão e emoção. É uma flor com espinhos escondidos e, sem ela, a vida não seria nada justa. Prefere vestir-se conjugando o clássico e o romântico. São atraídas por uma sucessão de nuances, ao mesmo tempo em que, não lhe caem bem as combinações chocantes. O seu porte elegante e seu andar galgo lhe permitem usar vestidos justos com cinto alto. Para a noite gosta de peças em renda brilhante. Suas flores são: rosa na cor rosa, azaleias e verbenas. O glifo de Libra é representado pela balança, Figura 13, abaixo:

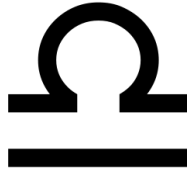


Figura 13 - Glifo Libra.

Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/550354016935723021/>>.

Acesso em: 30.out.2016.

#### 4.2.8 Escorpião (*Scorpio*)

O signo de Escorpião é para a nascida entre 21 de outubro a 20 de novembro, regido por Marte e Plutão, e pelo elemento água, as partes do corpo que domina são: os órgãos sexuais e reprodutivos. Sua polaridade é feminina. Suas principais características são: intensa, reservada, apaixonada, sexual, controlada e extremamente leal. Suas cores são: preto, vermelho escuro e ferrugem; já as pedras são rubi e granada. Uma parceira escorpiana de qualquer gênero é intensamente próxima, quando comprometida. Está tudo em seu olhar penetrante. Escuros e calculadores, os olhos são premonitórios e, ainda assim, hipnotizantes. Poderosa, apaixonada e intuitiva. Ela veste bem tanto a força quanto as trevas; metade deusa, metade inferno. Ela é divina, e nos olhos é onde está sua verdadeira alma. Veste-se com roupas sexy, intrigantes, misteriosas, sedutoras. Peças de lurex e veludo de cor escura lhe caem muito bem. *Bustiers* em renda, luvas de renda preta ou vermelha, decotes profundos e provocantes nas costas e mini-saias fazem parte de seu guarda-roupa. Não ama as medidas medianas e frequentemente tende a excessos. Sabe manifestar o seu “anticonvencional” com a escolha de acessórios caprichosos e extravagantes. Suas flores são: tuberosa do Egito e sterlitzia. O glifo de Escorpião é representado pela cauda com ferrão, Figura 14, abaixo:



Figura 14 - Glifo Escorpião.

Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/550354016935723021/>>.

Acesso em: 30.out..2016

#### 4.2.9 Sagitário (*Sagittarius*)

O signo de Sagitário é para a nascida entre 21 de novembro a 20 de dezembro, regido por Júpiter e pelo elemento fogo, as partes do corpo que domina são virilha e quadris. Sua polaridade é masculina. Suas principais características são: exploradora, filósofa, imaginativa, amante da liberdade e descomprometida. Suas cores são: azul, violeta e roxo; já as pedras são turquesa, ametista e safira escura. Em relação ao amor, é amável e amigável com muitos, mas não se compromete facilmente em relacionamentos românticos. Ela é uma viajante incansável, sempre caçando novas ideias e experiências. Sua flecha simboliza seu desejo por direção e um objetivo maior. Ela é *expert* das aventuras, a estudada curadora cuja inteligência forma uma ponte entre o céu e a terra. Ama se vestir de maneira prática e esportiva. Em seu guarda-roupa, há sempre abundância de jaquetas, agasalhos, quebra-ventos, jeans de todas as formas, calças, tudo esportivo. Uma moda fresca que vai bem a qualquer hora do dia. Ama muito as camisetas, sapatos de salto baixo ou médio e botas esportivas. Prefere jaquetas grandes e blusões de dupla face, tudo deve ser esportivo e funcional. Suas flores são: goivo amarelo, centáurea azul e cravo. Imaginado como um centauro, o glifo de Sagitário é representado por uma flecha, Figura 15, abaixo:

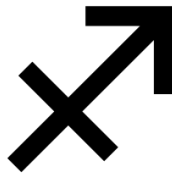


Figura 15 - Glifo Sagitário.

Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/550354016935723021/>>.  
Acesso em: 30.out.2016.

#### 4.2.10 Capricórnio (*Capricornius*)

O signo de Capricórnio é para a nascida entre 21 de dezembro e 19 de janeiro, regido por Saturno e pelo elemento terra, a parte do corpo que domina são os joelhos. Sua polaridade é feminina. Suas principais características são: responsável, ambiciosa, conformista, estável, disciplinada e séria. Suas cores são:

preto, marrom e verde-musgo; já as pedras são ônix preto, malaquita e jade verde escuro. Nas questões amorosas, aprecia a elegância no romance, e normalmente gosta de se vestir para uma noite especial com seu companheiro. A determinação dela é admirável, bem como todo seu poder interno. Sólida, ambiciosa e no comando. Sempre liderando lealmente e conquistando implacavelmente. Nenhuma montanha é alta demais para sua escalada, e seu amor é tão estável quanto a própria terra. Na moda, ama roupas sóbrias com prevalência de tons escuros, em preto e em cinza iluminados com preciosos broches ou cintos interessantes. Sendo uma grande trabalhadora, exige roupas elegantes, mas cômodas, superfuncionais, sóbrias e fáceis de usar. Sempre está bem com camisa, elemento clássico de uma rigurosidade quase espartana, e *tailleurs* em tecido de alta qualidade. E para a noite, estará perfeita com roupas em seda que deixam as costas completamente nuas, ou ainda túnicas de seda com detalhes geométricos e fendas vertiginosas. Suas flores são: rosa e madressilva. Capricórnio às vezes é retratado com cauda de peixe, seu glifo expressa esse detalhe e um par de chifres de cabra, Figura 16, abaixo:

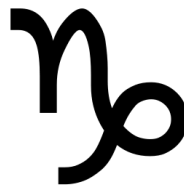


Figura 16 - Glifo Capricórnio.

Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/550354016935723021/>>.

Acesso em: 30.out.2016.

#### 4.2.11 Aquário (*Aquarius*)

O signo de Aquário é para a nascida entre 20 de janeiro a 19 de fevereiro, regido por Saturno e Urano; e pelo elemento ar, as partes do corpo que domina são: canelas, panturrilhas e joelhos. Sua polaridade é masculina. Suas principais características são: independente, dogmática, teimosa, radical, objetiva e racional. Suas cores são: azul, violeta azulado e prata; já as pedras são: água-marinha e safira clara. Romanticamente, ambos os sexos precisam gostar de seus companheiros tanto quanto amá-los, buscando uma união das mentes e não só dos corpos. O fluxo rápido de pensamentos faz dela imprevisível e rebelde. Anarquia é

sua especialidade. Sempre lutando corajosamente pela alma do mundo, ela derrama sua sabedoria e equilibra sua mente. Sempre oscilando entre a genialidade e a insanidade, ela vive no futuro e quem ela é funciona como as ondas do mar. Fundamentalmente é uma experimentalista; tendo por isso que experimentar cada novidade sugerida pela moda do momento com grande entusiasmo. Adora o casual e as roupas que possa transformar facilmente. Prefere a matiz clara e a cor alumínio brilhante é aquela que melhor lhe cai. Em seu guarda-roupa se acha facilmente camisas do dia a dia (também algumas preciosas), muitas calças de todas as formas, minissaias e saias longas até os pés, tops e *bustiers* muito espirituosos e bordadíssimos. Sua flor é a hortências azul. O glifo de Aquário expressa o aguadeiro, Figura 17, abaixo:



Figura 17 - Glifo Aquário.

Fonte: <Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/550354016935723021/>>.  
Acesso em: 30.out.2016.

#### 4.2.12 Peixes (*Pisces*)

O signo de Peixes é para a nascida entre 20 de fevereiro a 20 de março, regido por Júpiter e Netuno, e pelo elemento água, a parte do corpo que domina são os pés. Sua polaridade é feminina. Suas principais características são: compassiva, idealista, sonhadora, confusa, sensível, crédula, paranormal e inspirada. Suas cores são: azul-celeste, turquesa claro e roxo claro; já as pedras são: coral branco e água-marinha. Nas relações amorosas é muito cuidadosa e analítica em novos relacionamentos. Sua mente navega em uma profundidade que a maioria das pessoas se afogaria. Está sempre flutuando nas direções opostas, o que representa a dualidade de sua alma. Ela é a feiticeira suprema e seu coração é um oceano de emoções; sempre sonhando com reinos que só ela poderia entrar. É uma mulher aparentemente toda “leite e mel”, mas que esconde suas garras felinas. Para vestir-se bem precisa de constantes sugestões porque tem ideias muito vagas. Caem-lhe bem as roupas macias de cores claras, muito femininas e de tecidos leves. A mulher

pisciana gosta de se vestir, se despir e se disfarçar. Ama as roupas sobrepostas e geralmente se veste como uma boneca. Suas flores são narciso e papoula. O glifo de Peixes representa dois peixes interligados, Figura 18, abaixo:



Figura 18 - Glifo Peixes.

Fonte: Disponível em: < <https://br.pinterest.com/pin/550354016935723021/> >.  
Acesso em: 30.out.2016.

## 5 EDITORIAL DE MODA: GUIADA PELO COSMO

Para que o *stylist* de moda consiga chegar ao seu objetivo final, ou seja, a criação de imagens atraentes ao público-alvo e agregando valor às roupas e acessórios, é necessário um estudo profundo do tema e da revista para quem está produzindo. Apenas depois dessa análise, estará pronto para criar as combinações de roupas, acessórios e beleza mais adequadas a proposta do editorial, que muitas vezes poderá recorrer a cenários e elementos cênicos que valorizem as peças, ou ainda, reforcem a história a ser contada.

O presente estudo tem como objetivo a produção de um editorial de moda feminino inspirado nos signos do zodíaco. O público-alvo escolhido foram as leitoras da revista **Nova Cosmopolitan**. A publicação possui uma atmosfera jovem e uma sessão de horóscopo, que por esse motivo, serviu como fonte de inspiração para a busca do tema. O editorial denominado **Guiada pelo Cosmo** foi construído baseado nas características gerais de cada signo, como cor e elemento regente, além de traços da personalidade.

Na Figura 19, a seguir, uma prancha de referência criada com a finalidade de unir o tema proposto pelo editorial e o tipo de mulher presente na revista, desde as leitoras às que estampam as capas. Daí surgiu a inspiração para o espírito da sessão de fotos, além de elementos de tendências de moda que atendam o perfil das leitoras, de maneira jovial, urbana e contemporânea.



Figura 19 - Prancha de referência do tema e revista **Nova Cosmopolitan**.  
Fonte: Da autora, 2016.

## 5.1 NARRATIVA DO EDITORIAL: ROUPAS E ACESSÓRIOS

Após a definição da linha do editorial, pelo Editor de Moda e sua equipe, o primeiro passo do *stylist* é a criação de pranchas de inspiração para cada imagem final desejada, que servirão como base para serem usadas na compra, criação ou busca de produtos; ou seja, roupas e acessórios equivalentes no mercado em marcas anunciantes ou não, nacionais e internacionais, ou ainda de novos talentos para serem fotografadas. Dessa forma o *stylist* e seus assistentes utilizam uma única fonte de referência, mesmo que busquem em mercados distintos. A partir daí se inicia o processo de construção do editorial.

Os *looks* do editorial **Guiada pelo Cosmo** foram produzidos para as estações Outono/Inverno nacionais. Por este motivo destaca-se o uso de mangas longas em todas as composições. Devido nosso país ter uma grande extensão territorial, com regiões mais frias como: Sul, Sudeste e Centro-Oeste e outras mais quentes: Norte e Nordeste, foram criados *looks* ora mais quentes e pesados e ora outros mais leves, levando em consideração para tal fato, que a revista **Nova Cosmopolitan** é de circulação nacional. Todas as produções de roupas e acessórios foram feitas baseadas no público-alvo da revista, por isso são jovens e contemporâneas.

O *look* de Áries, Figura 20, foi escolhido de acordo com sua essência: uma grande aventureira. A mulher deste signo é animada e gosta de se movimentar, por isso a roupa bem confortável, tênis e mochila. O ponto de cor na produção, o vermelho, é sua cor característica.

As cores de Touro caracterizam seu *look*, Figura 21: rosa, verde esmeralda e branco. É uma mulher romântica, assim foi escolhida uma blusa com tecido macio e estampa floral, além de detalhes em renda. É prática, por isso foi construído uma produção em que a permite transitar entre o trabalho e o encontro com seu amante.

As mulheres de Gêmeos são curiosas e comunicativas, por isso se vestem com muito estilo. O *look* escolhido para representá-las, Figura 22, possui informações de moda ousadas como calça jeans *destroyed* e jaqueta de couro colorida. Além disso, seguem as cores de seu signo: amarelo e cinza.

Feminilidade é uma grande característica das cancerianas. Seu *look*, Figura 23, é composto por uma saia godê midi adoçado por renda branca que reforça essa ideia. A blusa em tecido macio e delicado. A jaqueta jeans traz certa modernidade a

produção. Os elementos foram escolhidos de acordo com suas cores: branco, prata e verde.

As leoninas gostam de se exhibir e chamar a atenção, por isso foi escolhido como peça chave para seu *look*, Figura 24, uma jaqueta de couro metalizado bronze brilhante, que é uma de suas cores. Os outros elementos da composição trazem equilíbrio.

O *look* de Virgem, Figura 25, foi construído a partir de sua essência de mulher discreta. Foram usadas suas cores características: bege e cinza. Os acessórios em pérola trazem o ar clássico com certa modernidade.

As mulheres librianas são extremamente elegantes e apreciam o equilíbrio. Para compor seu *look*, Figura 26, foi escolhido um vestido rosa, uma de suas cores. O casaco de pêlo traz modernidade e sofisticação à produção e equilibra com os outros elementos.

Sensualidade é a principal característica das escorpianas. Todos os elementos do seu *look*, Figura 27, foram escolhidos pensando nisso. Sexy sem ser vulgar. Vermelho e preto são suas cores.

As sagitarianas são amantes da liberdade e descomprometidas. Gostam de se vestir de maneira prática e esportiva, por isso seu *look*, Figura 28, é composto por calça jeans, moletom, tênis e mochila. Azul é sua cor principal.

As mulheres capricornianas são extremamente sérias e disciplinadas. Sendo grandes trabalhadoras se vestem de maneira elegante e mais formal como se apresenta o *look*, Figura 29, construído. Camisas é o seu ponto forte. Preto, verde-musgo e marrons são suas cores e foram utilizadas para a escolha dos elementos da produção.

O *look* de Aquário, Figura 30, foi construído a partir da cor que as mulheres do signo mais se identificam: prata. São experimentalistas assim gostam de ousar e misturar estilos como foi feito na escolha da produção, colocando calça jeans e acessórios de pedrarias na mesma composição.

As piscianas gostam de sobreposições e de se vestir como bonecas. São sonhadoras e românticas, assim, para a composição de seu *look*, Figura 31, foi escolhido uma saia rodada de cintura alta, bata estampada e um colete de alfaiataria compondo a produção. Suas cores também foram levadas em conta: azul-celeste e turquesa claro. Acessórios e sapatos neutros para equilibrar.

A seguir, nas Figuras 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30 e 31 as pranchas de inspirações propostas desenvolvidas para cada *look*. Já na próxima seção será abordada a proposta de beleza para os devidos signos.



Figura 20 - Prancha de inspiração de *look* - Áries.  
Fonte: Da autora, 2016.



Figura 21 - Prancha de inspiração de *look* - Touro.  
Fonte: Da autora, 2016.



Figura 22 - Prancha de inspiração de *look* - Gêmeos.  
Fonte: Da autora, 2016.



Figura 23 - Prancha de inspiração de *look* - Câncer.  
Fonte: Da autora, 2016.



Figura 24 - Prancha de inspiração de *look* - Leão.  
Fonte: Da autora, 2016.



Figura 25 - Prancha de inspiração de *look* - Virgem.  
Fonte: Da autora, 2016.



Figura 26 - Prancha de inspiração de *look* - Libra.  
Fonte: Da autora, 2016.



Figura 27 - Prancha de inspiração de *look* - Escorpião.  
Fonte: Da autora, 2016.



Figura 28 - Prancha de inspiração de look - Sagitário.  
Fonte: Da autora, 2016.



Figura 29 - Prancha de inspiração de *look* - Capricórnio.  
Fonte: Da autora, 2016.



Figura 30 - Prancha de inspiração de *look* - Aquário.  
Fonte: Da autora, 2016.



Figura 31 - Prancha de inspiração de *look* - Peixes.  
Fonte: Da autora, 2016.

## 5.2 BELEZA

Assim como as roupas e acessórios, é de grande importância a beleza, que engloba cabelo, maquiagem e esmalte. Estes itens complementam e valorizam o visual, sustentando as fotos. A escolha das modelos também deve ser feita de maneira cuidadosa, pois além de terem que combinar com o tema e *looks*, devem se identificar com o público-alvo do editorial. Dessa forma, o consumidor consegue se ver usando aquela produção com maior facilidade, alcançando desta maneira o objetivo do editorial, que é a venda dos produtos.

Para a produção do editorial **Guiada pelo Cosmo** foram escolhidas modelos jovens, principal característica dos leitores da revista **Nova Cosmopolitan**. Os signos foram agrupados de acordo com o elemento regente: terra, ar, fogo e água, e cada modelo representa um deles. A beleza foi então idealizada a partir da representação dos elementos e foi feita de forma mais conceitual. A maquiagem conceitual está presente em desfiles, editoriais de moda, publicações on-line, entre outros meios de comunicação. Ela não tem a obrigação de ser usável ou comercial, mas sim de apresentar tendências, de sugerir estilos, de compor a proposta de um estilista, de uma marca, de um editorial de moda ou de um maquiador. As cores, os traços, as formas, o brilho ou a ausência dele, tudo traz consigo a intenção de representar e reforçar os conceitos que estão sendo transmitidos.

Na Figura 32, a seguir, a prancha de referência de beleza que será usada no presente editorial. Já, no próximo capítulo apresentaremos as fotografias do editorial, destacando os signos em fotos de corpo inteiro, detalhes e beleza.



Figura 32 - Prancha de referência de beleza.  
Fonte: Da autora, 2016.

## 6. PRODUTO FINAL

### 6.0.1 Produto Final Áries



Figura 33 - Look inspirado no signo de Áries.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.2 Produto Final Áries – Detalhes



Figura 34 - Detalhes do *look* - Áries.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.3 Produto Final Touro



Figura 35 - Look inspirado no signo de Touro.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

#### 6.0.4 Produto Final Touro - Detalhes



Figura 36 - Detalhes do *look* - Touro.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.5 Produto Final Gêmeos



Figura 37 - Look inspirado no signo de Gêmeos.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.6 Produto Final Gêmeos – Detalhes



Figura 38 - Detalhes do *look* - Gêmeos.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.7 Produto Final Câncer



Figura 39 - Look inspirado no signo de Câncer.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.8 Produto Final Câncer – Detalhes



Figura 40 - Detalhes do *look* - Câncer.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.9 Produto Final Leão



Figura 41 - Look inspirado no signo de Leão.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.10 Produto Final Leão – Detalhes



Figura 42 - Detalhes do look - Leão.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.11 Produto Final Virgem



Figura 43 - Look inspirado no signo de Virgem.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.12 Produto Final Virgem – Detalhes



Figura 44 - Detalhes do *look* - Virgem.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.13 Produto Final Libra



Figura 45 - Look inspirado no signo de Libra.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.14 Produto Final Libra - Detalhes



Figura 46 - Detalhes do *look* - Libra.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.15 Produto Final Escorpião



Figura 47 - Look inspirado no signo de Escorpião.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.16 Produto Final Escorpião - Detalhes



Figura 48 - Detalhes do *look* - Escorpião.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.17 Produto Final Sagitário



Figura 49 - Look inspirado no signo de Sagitário.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.18 Produto Final Sagitário - Detalhes



Figura 50 - Detalhes do look - Sagitário  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.19 Produto Final Capricórnio



Figura 51 - *Look* inspirado no signo de Capricórnio.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.20 Produto Final Capricórnio- Detalhes



Figura 52 - Detalhes do *look* - Capricórnio.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.21 Produto Final Aquário



Figura 53 - Look inspirado no signo de Aquário.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.22 Produto Final Aquário - Detalhes



Figura 54 - Detalhes do look - Aquário.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.23 Produto Final Peixes



Figura 55 - *Look* inspirado no signo de Peixes.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.24 Produto Final Peixes - Detalhes



Figura 56 - Detalhes do look - Peixes.  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.25 Beleza Final Fogo

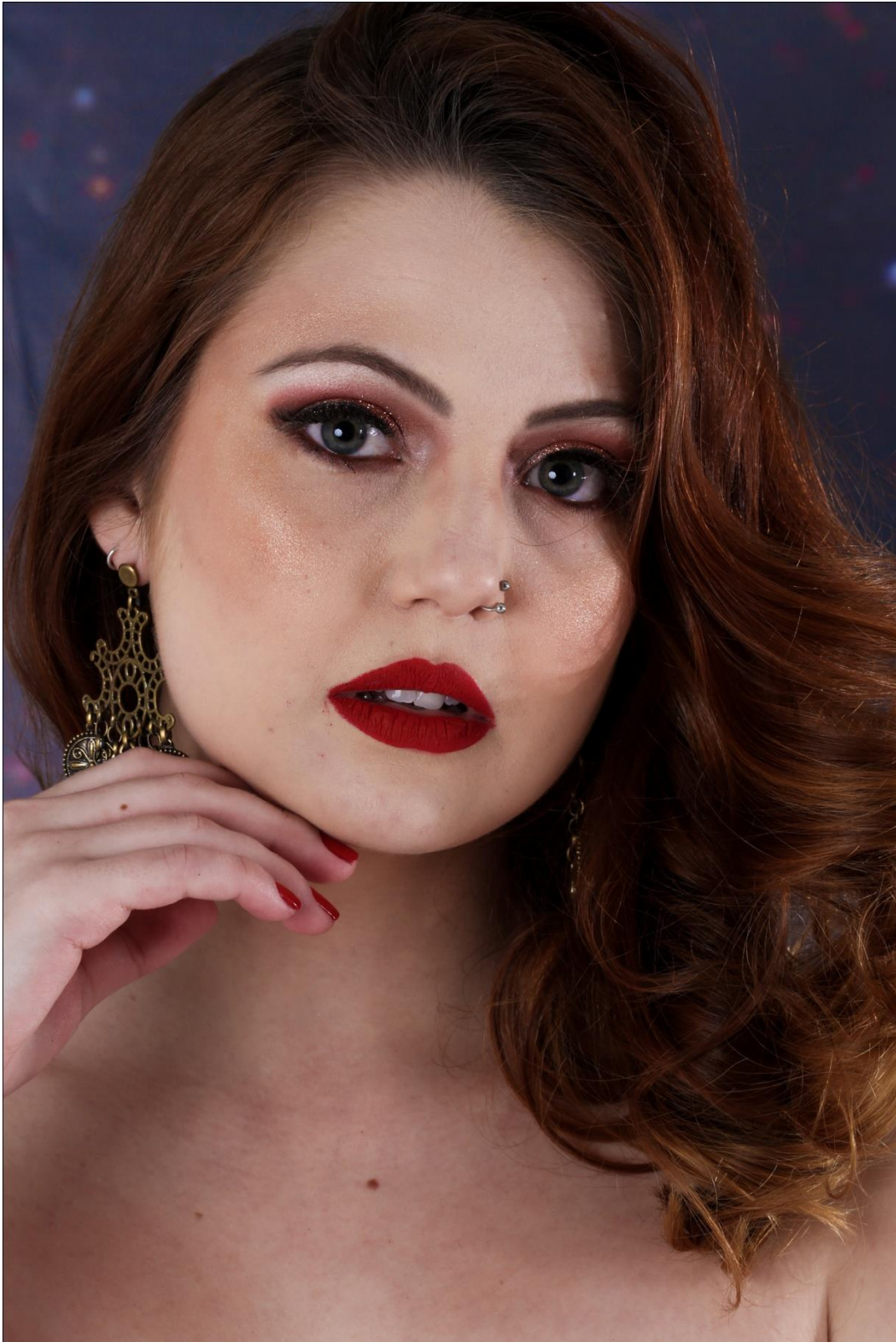


Figura 57 - Beleza inspirada no elemento Fogo  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.26 Beleza Final Água



Figura 58 - Beleza inspirada no elemento Água  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.27 Beleza Final Ar



Figura 59 - Beleza inspirada no elemento Ar  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

### 6.0.28 Beleza Final Terra



Figura 60 - Beleza inspirada no elemento Terra  
Fonte: Júnior Faria, 2016.

## 6.1 FICHA TÉCNICA

Conceito, direção e produção geral: Roberta Terra.

*Styling* e produção de moda: Roberta Terra.

Orientação: Luiz Fernando Ribeiro da Silva.

Assistente de Produção: Camila Terra e Eduardo Gonzaga.

Fotografia: Júnior Faria.

Tratamento de imagem: Estephania Lopes.

Modelos: Carolina Lima, Tamires Mendes, Hanna Schmidt e Alice Menezes.

Make Up: Fabiana Gama, Thaty Torres e Mickaela Pereira.

Hair: Renata Gama.

Agradecimentos: Universidade Federal de Juiz de Fora e Instituto de Artes e Design.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a produção do editorial de moda denominado **Guiada pelo Cosmo**, inicialmente foi necessária uma pesquisa sobre astrologia e seus elementos. Também foi realizada uma pesquisa aprofundada sobre cada signo do zodíaco e suas características. A partir desta pesquisa foram feitas doze pranchas de referência para cada *look*, traduzindo os elementos em produções jovens e modernas, de acordo com o público-alvo escolhido, ou seja, da revista **Nova Cosmopolitan**.

A prancha de beleza, ou seja, cabelos, maquiagem e unhas, foi construída agrupando os signos a partir do elemento regente: fogo, água, terra e ar. E assim, foi criado um visual para representar cada elemento.

O desenvolvimento do trabalho durou cerca de seis meses. Após a fase de pesquisa e a produção das pranchas de referências, iniciou-se a busca pelas roupas e acessórios equivalentes aos presentes nas pranchas. Alguns itens pertencem ao acervo pessoal da autora, uns foram comprados, outros emprestados e ainda, criados especialmente para o editorial. Procurou-se manter os *looks* o mais fiel possível às idéias contidas nas referências com peças equivalentes. Alguns itens foram acrescentados no momento da realização das fotos com o objetivo de enriquecer a produção, mas sempre respeitando a atmosfera de inspiração presente nas pranchas.

Em paralelo à busca das roupas e acessórios, acontecia a definição do local que seriam as fotos e quem seria o/a fotógrafo(a), modelos, maquiador(a) e cabeleireiro(a). Assim que todos esses itens foram definidos e todas as peças de roupas e acessórios estavam prontas e organizadas, foi possível marcar a data da realização das fotos.

Ainda, no dia das fotos, teve-se o cuidado de confirmar a presença de cada membro da equipe. Quem produz o editorial deve ter o controle de como, e quando, cada um comparecerá ao local combinado. Ele também deve pensar no bem estar da equipe. A pessoa que elabora a maquiagem, por exemplo, precisa de iluminação e espaço para realizar seu trabalho. No presente editorial as modelos foram produzidas em um salão de cabeleireiro e uma pessoa foi colocada à disposição para buscá-las e levá-las para o estúdio.

Deve-se pensar também na ventilação do local e na hidratação dos membros da equipe, principalmente se a produção das fotos for demorada e/ou em uma estação do ano mais quente. O editorial **Guiada pelo Cosmo** foi realizado no mês de novembro e foi necessário fornecer, comida e bebida para a equipe, pois entre o processo de transporte das roupas e acessórios, organização do estúdio, maquiagem, fotografia e pós produção do editorial, foram gastos cerca de nove horas.

Foram utilizadas quatro modelos, cada uma representando um elemento e consequentemente três signos. Faz-se necessário que o *stylist* esteja sempre atento para que um acessório não esteja oculto na pose da modelo, um cinto ou cabelo não fique fora do lugar, ou que, uma roupa não apareça dobrada ou amassada na fotografia. Junto com o olhar e opinião do fotógrafo, o *stylist*, quando necessário, também deve sugerir poses e adequá-las de acordo com o cenário. É preciso que haja flexibilidade para aderir a mudanças de última hora e considerar ideias pertinentes vindas de outros membros da equipe durante as fotos. É apropriado que cada um procure manter o ambiente agradável, para que todos se sintam entrosados e à vontade, não deixando com que imprevistos abalem a equipe.

Para compor as imagens foi feito um banner para utilizar como fundo. A imagem de universo combinou muito bem com o tema e criou uma moldura para as modelos, enriquecendo o produto final.

A realização das fotos do editorial **Guiada pelo Cosmo** foi um pouco demorada, pois, eram muitos *looks* e havia várias trocas de roupas das modelos, mas aconteceu sem grandes dificuldades. As produções já estavam todas organizadas e etiquetadas de acordo com cada signo. O trabalho e união da equipe foram fundamentais para que tudo corresse bem.

A fase final consiste em observar, escolher e modificar no computador as fotos que serão mostradas na revista. Vale lembrar que o objetivo de um editorial de moda em uma mídia impressa é vender os produtos exibidos. É por essa razão que as melhores fotos de cada *look* foram selecionadas e editadas respeitando a necessidade de mostrar ao consumidor cada peça de roupa e acessório. Foram escolhidas duas fotografias de cada signo, sendo uma de corpo inteiro e uma mais próxima, valorizando detalhes, desde acessórios até a maquiagem.

## REFERÊNCIAS

- BONADIO, Maria Claudia. **Moda e sociabilidade:** mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920. São Paulo: Senac, 2007.
- FAÇANHA, Astrid; MESQUITA, Cristiane. **Styling e criação de imagem de moda.** São Paulo: Senac São Paulo, 2012.
- FAREBROTHER, Sue Merlyn. **Astrologia sem segredos.** Tradução: Daniel Eiti Missato Cipolla. São Paulo: Pensamento, 2015.
- GIBSON, Clare. **Como compreender símbolos.** Tradução: Luís Carlos Borges. São Paulo: Senac São Paulo, 2012.
- JOFFILY, Ruth; ANDRADE, Maria de. **Produção de Moda.** Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2011.
- LAMOUNIER, Carolina Becker. **A revista NOVA/Cosmopolitan na história da mídia impressa brasileira.** In: XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Ribeirão Preto, 2006. Disponível em: <[http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd4/impressa/cb\\_lsg.doc](http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd4/impressa/cb_lsg.doc)>. Acesso em: 20. out. 2016.
- MCASSEY, Jacqueline; BUCKLEY, Clare. **Styling de moda.** Porto Alegre: Bookman, 2013.
- MELLO, Maína. **Encontros Astrais.** São Paulo: Fontanar, 2016.
- NAUMOVVS, Cristina. “Olá! Tem sem divertido?”. **Nova Cosmopolitan.** São Paulo, Editora Abril, ed. 517, outubro 2016.
- RAINHO, Maria do Carmo. **A cidade e a moda.** Brasília: UNB, 2002.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** 3. ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- SCHIANO, Marzio. OROSCOPO'88 VEDO E PREVEDO. **EVA.** Milão, ano 2, n. 1, p. 45-69, janeiro 1988.
- SVENDSEN, Lars. **Moda:** uma filosofia. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.