



# **Design de figurino cinematográfico através de vestuário de segunda mão**

**Rafaela Borges da Costa Schimitt**

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em

**Design de Moda**

(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof.<sup>a</sup> Dra Cláudia Isabel de Sousa Pinheiro

**dezembro de 2023**




## Declaração de Integridade

Eu, Rafaela Borges da Costa Schmitt, que abaixo assino, estudante com o número de inscrição M11900 de Design de Moda da Faculdade de Artes, declaro ter desenvolvido o presente trabalho e elaborado o presente texto em total consonância com o **Código de Integridades da Universidade da Beira Interior**.

Mais concretamente afirmo não ter incorrido em qualquer das variedades de Fraude Académica, e que aqui declaro conhecer, que em particular atendi à exigida referência de frases, extratos, imagens e outras formas de trabalho intelectual, e assumindo assim na íntegra as responsabilidades da autoria.

Universidade da Beira Interior, Covilhã 05 /12 /2023



---



# Dedicatória

*What a costume designer does is a cross between magic and camouflage. We create the illusion of changing the actors into what they are not. We ask the public to believe that every time they see a performer on the screen he's become a different person.*

- Edith Head, 1978 -



# Agradecimentos

Queridos leitores e amigos,

É com profunda gratidão e emoção que dedico este espaço para expressar meus mais sinceros agradecimentos a todas as pessoas especiais que tornaram possível a realização dessa dissertação. Portanto, aqui vai minha tentativa de equilibrar esses sentimentos:

Primeiramente, gostaria de começar com um agradecimento especial à minha querida mãe. Você investiu não apenas seu apoio inabalável, mas também sua fé em meus sonhos. Ao meu amado namorado, Lucas, quero expressar minha profunda gratidão. Seus abraços apertados foram um refúgio seguro que me incentivou a continuar, mesmo quando as dificuldades surgiam. Também gostaria de agradecer à sua adorável família, cujas conversas e apoio diários foram inestimáveis para o sucesso deste projeto. Aos meus irmãos, Gabriel e Manu, mesmo estando distantes, vocês foram um pilar de apoio inestimável. Suas palavras de encorajamento e amor me deram forças para perseverar e seguir em frente. Agradeço também a João, por abrir as portas do seu filme para que eu pudesse experimentar e aprender. Espero que esta seja a primeira de muitas parcerias frutíferas que construiremos juntos. À Marisa e ao Hugo, quero expressar minha gratidão por serem mais do que assistentes de Arte. Vocês foram meus braços direito e esquerdo, e tornaram este projeto uma realidade. À minha orientadora, Claudia, agradeço pelo suporte incansável e pela confiança em meu trabalho. Sua orientação foi fundamental para minha jornada. A Clara, minha amiga incrível e a melhor revisora possível, merece um agradecimento especial. Sua paciência, dedicação e atenção aos detalhes tornaram este trabalho muito melhor. Por fim, mas não menos importante, meus gatos merecem um lugar de honra nesta lista de agradecimentos. Sem eles, eu não teria a quem afagar e com quem compartilhar minhas alegrias e frustrações. A todos vocês, minha gratidão é imensa. Esta dissertação não seria possível sem o apoio e a presença de cada um de vocês em minha vida. Vocês são verdadeiramente especiais, e espero que saibam o quanto valorizo cada gesto de apoio, incentivo e amor que recebi.

Com todo o meu carinho,

Rafaela.





# Resumo

A produção excessiva no mercado da moda tornou-se um problema global devido aos danos causados pelo desperdício de matéria-prima, poluição ambiental e acumulação de resíduos de vestuário. Com o objectivo de reduzir esses danos negativos, têm surgido conceitos como moda sustentável e moda ecológica, na tentativa de redirecionar o rumo deste e de outros setores, incluindo o cinema, teatro e outras artes performativas, que têm vindo a adotar cada vez mais práticas sustentáveis para minimizar o seu impacto ambiental.

A utilização de vestuário de segunda mão na área do design de moda está em ascensão, ganhando destaque entre designers e investigadores como uma abordagem que promove a sustentabilidade.

No entanto, é importante salientar que a reutilização de peças de segunda mão na criação de figurinos para cinema, teatro e outras artes performativas é uma prática tradicionalmente enraizada na história de cada uma dessas áreas. No entanto, há uma falta de discussão sobre as técnicas e metodologias envolvidas neste processo. A ausência de discussão no meio académico indica uma desconexão entre a experiência do mercado de trabalho e a produção académica, bem como entre os diversos setores do Design.

O projeto de investigação que se segue tem como objectivo compreender de que forma a conceção de figurinos com simbolismo narrativo ocorre ao utilizar vestuário de segunda mão. A pesquisa pretende enriquecer a produção bibliográfica no campo do figurinismo e da moda e fomentar a integração entre as diversas áreas do Design, analisando os métodos utilizados na criação de figurinos e partilhando-os com outros setores.

Desta forma, e através da revisão bibliográfica e do estudo de diversos autores, é apresentada uma metodologia mista, não intervencionista e intervencionista. Na sua vertente não intervencionista, procura-se estabelecer as bases para a incorporação de figurinos com uma abordagem sustentável no contexto da indústria cinematográfica, destacando métodos pouco debatidos na área do figurinismo, como o *garimpo* e o *upcycling*. Na abordagem intervencionista, é apresentado um método de criação que é reproduzido num projeto de figurino para um filme universitário. Estes métodos são apresentados de forma científica, para que possam ser posteriormente estudados e aplicados não apenas no figurinismo, mas também em outras áreas.

## Palavras-chave

Figurino;Roupas de Segunda Mão;Sustentabilidade;Upcycling;Cinema;Moda Sustentável.



# Abstract

Overproduction in the fashion market has become a global problem due to the damage caused by the waste of raw materials, environmental pollution and the accumulation of clothing waste. In order to reduce this negative damage, concepts such as sustainable fashion and eco-fashion have emerged, in an attempt to redirect the course of this and other sectors including cinema, theater and other performing arts, which have increasingly adopted sustainable practices to minimize their environmental impact.

The use of second-hand clothing in the field of fashion design is on the rise, gaining prominence among designers and researchers as an approach that promotes sustainability.

However, it is important to note that the reuse of second-hand garments in the creation of costumes for film, theater and other performing arts is a practice traditionally rooted in the history of each of these areas. However, there is a lack of discussion about the techniques and methodologies involved in this process. The lack of discussion in academia indicates a disconnect between the experience of the job market and academic production, as well as between the various sectors of Design.

The research project presented below aims to understand how the design of costumes with narrative symbolism occurs when using second-hand clothing. The research aims to enrich the bibliographic production in the field of costume design and fashion and to encourage integration between the various areas of design, analyzing the methods used to create costumes and sharing them with other sectors.

In this way, and through a literature review and the study of various authors, a mixed methodology is presented, both non-interventionist and interventionist. The non-interventionist approach seeks to lay the foundations for the incorporation of costumes with a sustainable approach in the context of the film industry, by highlighting methods that are little debated in the field of costume design, such as *garimpo* and upcycling. In the interventionist approach, a creation method is presented which is reproduced in a costume project for a university film. These methods are presented in a scientific way, so that they can be studied and applied not only in costume design, but also in other areas.

## Keywords

Costume Design;Second Hand Clothes;Sustainability;Upcycling;Cinema; Sustainable Fashion.



# Índice

1	Introdução.....	1
1.1	Problema .....	3
1.2	Objectivo geral e objectivos específicos.....	3
1.3	Desenho metodológico .....	4
1.4	Estrutura da dissertação .....	4
2	Figurino e Cinema .....	6
2.1	Enquadramento histórico .....	6
2.2	Conceitos básicos para o figurino cinematográfico.....	14
2.2.1	Mise-en-scène.....	15
2.2.2	Personagem cinematográfico .....	16
2.3	Criação de um figurino.....	18
2.3.1	Pilares estéticos .....	20
2.3.2	Simbologia do figurino numa obra cinematográfica .....	30
2.3.3	O processo de um figurino.....	33
3	Roupas de segunda mão e práticas sustentáveis .....	44
3.1	Impactos na indústria da moda e figurinismo .....	44
3.1.1	Vantagens e benefícios ao consumidor.....	46
3.1.2	Economia Circular.....	49
3.2	Garimpo: processo de seleção de artigos de segunda mão .....	50
3.3	Técnicas de reutilização de roupas de segunda mão .....	55
3.3.1	Upcycling .....	56
3.3.2	Outras técnicas.....	59
4	Componente prática: o processo criativo de figurinos sustentáveis .....	64
4.1	Metodologia de criação .....	64
4.2	Processo do filme “Útil e Desagradável” .....	68
4.2.1	Pré-Produção.....	68

4.2.2 Rodagens e desprodução .....	87
5 Conclusão.....	92
6 Bibliografia .....	95
7 Webgrafia.....	100
8 Filmografia .....	102
9 Apêndice .....	104
1. Tratamento cinematográfico.....	104
2. Orçamento do departamento de arte.....	106
3. Aprofundamento das personagens .....	107
4. Imagens do Pinterest.....	109
5. Fotografias das rodagens.....	110
6. Figurinos da gala – Sali, Sam e Carol .....	113



# Lista de Figuras

Figura 1 - Voyage dans la Lune (1902). Fonte: Critikat	8
Figura 2 – O Gabinete do Dr Caligari (1920). Fonte: Folha Uol	9
Figura 3 - Figurino de Joan Crawford (1932). Fonte: The Hollywood Revue .	10
Figura 4 - <b>a)</b> - Figurinos de “Hamlet”, à esquerda. Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à Two Cities Films. <b>b)</b> - “Joana d’Arc” (1948), à direita. Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à RKO Radio Pictures.	11
Figura 5 - Figurinos de “Casanova” (1976). Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à Universal Pictures.	16
Figura 6 - <b>a)</b> Ilustração de John Mollo. <b>b)</b> Figurino final em “A Guerra das estrelas: Episódio IV - Uma Nova Esperança” (1977). Fonte: New York Times.	18
Figura 7 – Figurinos do filme “Drácula de Bram Stoker” (1992). Fonte: Columbia Pictures.	20
Figura 8 – Iluminação em “Moulin Rouge” (2001). Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à 20th Century Fox.	22
Figura 9 - <b>a)</b> Cena em “Herói” (2002) momento vermelho. <b>b)</b> Cena em “Herói” (2002) momento verde. Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à Miramax Films.	24
Figura 10 - <b>a)</b> Figurinos em “Murder, My Sweet” (1944). <b>b)</b> Figurinos em “O Barbeiro” (2001). Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à RKO Radio Pictures e DreamWorks Pictures.	26
Figura 11 - Figurinos em “Mad Max: Estrada da Fúria” (2015). Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à Warner Bros.	30
Figura 12 - Figurinos em “A História de uma Serva” (2017-presente). Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à Hulu.	33
Figura 13 - Equipa de Guarda-Roupa por John. Fonte: John, 2021, p. 135.	39
Figura 14 - Imagem da empresa Peris Costumes Lisboa. Fonte: Peris Costumes.	42
Figura 15 - Gráfico de crescimento das vendas de vestuário e declínio da utilização de vestuário desde 2000. Fonte: Ellen MacArthur Foundation.	45
Figura 16 - <b>a)</b> Loja da Humana Second Hand. <b>b)</b> Contentores de recolha de roupas. Fonte: Humana Second Hand.	51
Figura 17 – Página inicial dos sites da Enjoei, Vinted e Mycloma respetivamente. Fonte: Captura de Ecrã da Enjoei, Vinted, Mycloma.	52
Figura 18 - Reprodução pela autora do Fluxo do ritual de garimpo. Fonte: Fernandes et al.(2021)	54

Figura 19 – Passo a passo da A Magazine Nº1 Curated by Maison Martin Margiela, 2004. Fonte: A Magazine Curated By.	59
Figura 20 - Figurinos do filme “Rápida e Mortal” (1995). Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à TriStar Pictures.	61
Figura 21 – Exemplo de Biografia de Vestuário. Fonte: Bigolin et al. (2022)	62
Figura 22 – <b>a)</b> Exemplo de Topologia de Vestuário. <b>b)</b> Exemplo de Geografia de Vestuário. Fonte: Bigolin et al. (2022)	62
Figura 23 – Fluxograma parte 1: Pré-Produção. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	65
Figura 24 – Fluxograma parte 2: Rodagens e Desprodução. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	67
Figura 25 – Série televisiva “Normal People” (2020). Fonte: Captura de Ecrã da série pertencente à Element Pictures.	69
Figura 26 – Resultados da Primeira Reunião Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	69
Figura 27 – Imagens representativas dos ambientes do filme cedidos pela equipa de Cenografia. Fonte: Universidade de Coimbra, Evasões, Pinterest e Captura de Ecrã de filme pertencente à Walt Disney Pictures.	70
Figura 28 – Quadro de Personalidade das Personagens do Filme. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	71
Figura 29 – Pasta do Pinterest do Curta-Metragem. Fonte: Captura de ecrã em Julho de 2023.	72
Figura 30 – Paletas de cores de cada personagem. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	73
Figura 31 - <b>a)</b> Mudança na paleta de cores do personagem Sam. <b>b)</b> Mudança na paleta de cores da personagem Sali. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	74
Figura 32 – Esboços iniciais dos personagens. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	74
Figura 33 – Moodboard personagem Sali. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	75
Figura 34 – Moodboard personagem Sam. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	76
Figura 35 – Moodboard personagem Carol. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	76
Figura 36 – Moodboard personagem Solo. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	77
Figura 37 – Moodboard personagem Vasco. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	78

Figura 38 - <b>a)</b> Moodboard para o figurino da Gala de Sali. <b>b)</b> Moodboard para o figurino da Gala de Sam. <b>c)</b> Moodboard para o figurino da Gala de Carol. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	79
Figura 39 – Algumas páginas da Apresentação da Direção Artística do filme.	80
Figura 40 – Processo de procura na Vinted. Fonte: Captura de ecrã em Julho de 2023.	81
Figura 41 – Imagens da vendedora do vestido escolhido. Fonte: Captura de ecrã em Julho de 2023.	81
Figura 42 – Imagens da loja “Verdes Anos - Vintage Market”. Fonte: Fotografias da loja em Junho de 2023.	82
Figura 43 – Imagens da “DeBoutique”. Fonte: Fotografias da loja em Junho de 2023.	83
Figura 44 – Imagens da “Feira de Antiguidades e Velharias de Leiria”. Fonte: Fonte: Fotografias da Feira em Junho de 2023.	83
Figura 45 – Combinações criadas previamente para as personagens.	85
Figura 46 – Documento de Planeamento de Figurino. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	85
Figura 47 – Desenho do figurino e Novo Moodboard. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.	86
Figura 48 – Processo de modificação da saia & Processo de modificação do blazer. Fonte: Fotografias da Autora em Junho de 2023.	87
Figura 49 – Imagens dos atores em ação. Fonte: Fotografias da Autora em Junho de 2023.	88
Figura 50– Combinação dos equipamentos de som com o figurino durante as rodagens. Fonte: Fotografia da Autora em Junho de 2023.	88
Figura 51 - Fotografias tiradas durante as rodagens. Fonte: Fotografias da Autora em Junho de 2023.	89
Figura 52 – Fotografia tirada do ecrã do Realizador durante as rodagens. Fonte: Fotografia da Autora em Junho de 2023.	89
Figura 53 – Figurinos da Gala das personagens principais. Fonte: Fotografia da Autora em Junho de 2023.	90
Figura 54 - <b>a)</b> Fotografia das filmagens: colar no figurino. <b>b)</b> Fotografia das filmagens: colar como objecto na mesa. Fonte: Fotografias da Autora em Junho de 2023.	90



# Lista de Tabelas

Tabela 1 –Processo de um figurino por La Motte (2001, p. 45 e 46) Fonte: La Motte (2001)

35



# Lista de Acrónimos

UBI                    Universidade da Beira Interior

MGM                   Metro-Goldwyn-Mayer



# 1 Introdução

Os conceitos de moda circular e reutilização de materiais têm sido amplamente difundidos nos últimos anos devido à necessidade da Indústria da Moda de atualizar-se em relação à sustentabilidade e às especificações governamentais face aos problemas causados ao meio ambiente. Estima-se que cerca de 20% da poluição global da água seja causada pelo tingimento e acabamento de produtos têxteis, e que os consumidores da União Europeia descartem aproximadamente 11 kg de têxteis por pessoa por ano (European Environment Agency, 2021). Tais medidas estão incluídas, por exemplo, no Plano de Ação para a Economia Circular (Comissão Europeia, 2020), que visa construir uma economia mais ecológica, reduzindo a quantidade de resíduos e promovendo uma competitividade amiga do meio ambiente.

No entanto, não apenas a indústria da moda está sob escrutínio em relação à sustentabilidade, o cinema tem recebido atenção devido às suas práticas menos sustentáveis. O relatório “Close Up: Carbon Emissions of Film and Television Production” (2021) compartilhou a sua pesquisa sobre a pegada de carbono das produções audiovisuais entre os membros da Sustainable Production Alliance (SPA, na sigla em inglês). Os dados das produções de grande porte revelaram uma média de pegada de carbono de 3.370 toneladas métricas - ou aproximadamente 33 toneladas métricas por dia de rotação.

A sustentabilidade no cinema surge através do termo “*green shooting*”, uma expressão recente que tem conquistado espaço nas discussões académicas. Este termo é utilizado para descrever todas as práticas sustentáveis que abrangem desde a pré-produção até a pós-produção, visando divulgação de um produto audiovisual sustentável. Incorporar a preocupação com a sustentabilidade desde as fases iniciais de conceção de um filme, adotando ações como a correta gestão de resíduos, torna a criação audiovisual alinhada com os princípios ambientais, contribuindo para a promoção de um entretenimento mais consciente (Lopera-Mármol & Jiménez-Morales, 2021).

Novas soluções sustentáveis são importantes, mas a utilização de métodos antigos pode representar uma alternativa simples e acessível para todos, como o vestuário de segunda mão, conhecido pelo termo em inglês “*second-hand clothes*”. Este mercado, apesar de enfrentar preconceitos, tem crescido entre os consumidores mais jovens, devido à sua crescente preocupação com fatores ambientais, incluindo a rastreabilidade dos produtos, durante o processo de compra. Essas tendências de consumo foram observadas em pesquisas realizadas pela The Nielsen Company (2015), que revelaram que 66% dos consumidores afirmam estar dispostos a pagar mais por marcas sustentáveis.

Mesmo com as dificuldades encontradas no mercado da moda, as roupas de segunda mão são amplamente utilizadas na produção de figurinos. Como destacado por Castro e Souza (2017):

[...]apesar do movimento se apresentar como uma técnica recente na atualidade como um fenômeno de resistência ou de retrocesso das consequências ao consumismo exagerado na moda, percebe-se que os recursos de reutilização, reciclagem e transformação de materiais são uma máxima recorrente e consolidada na transformação de materiais possíveis de reuso no processo de construção do traje de cena, apesar dessas práticas na maioria das vezes apresentar motivações mais relacionadas ao baixo custo orçamentário dos editais artísticos, do que da conscientização para o reuso de insumos têxteis propriamente ditos (p. 16).

Com este excerto percebe-se que as peças de segunda mão contribuem significativamente no figurinismo, no entanto, são utilizadas com mais frequência em produções com orçamento limitado. Nesse contexto, o designer de figurino precisa explorar a sua criatividade para suprir as restrições orçamentárias. No entanto, é importante notar que um figurino criado a partir de roupas de segunda mão não só se destaca pelo mérito da sustentabilidade, mas também pode enriquecer o projeto com um apelo histórico e simbólico, algo que raramente pode ser alcançado com peças novas. O que a moda visualiza como uma desvantagem nas roupas de segunda mão é exatamente o que o figurinismo valoriza: a simbologia carregada pelas peças reutilizadas, as suas marcas de uso, formas, tecidos e estampagens de períodos passados. Essas características são extremamente úteis, uma vez que no figurinismo frequentemente é necessário alterar roupas novas para conferir-lhes uma história: rasgar, manchar e desgastar estão entre as tarefas do designer de figurino. Para uma roupa ser crível numa obra audiovisual e transmitir verossimilhança com a realidade, suas roupas também devem acompanhar a narrativa. Por isso, o figurino é uma importante parte da transmissão de significados ao espectador.

Representa um forte componente na construção do espetáculo, seja no cinema, no teatro ou na televisão. Além de vestir os artistas, ele respalda a história narrada, atuando como um elemento comunicador. Vai além do sentido plástico e funcional da roupa, adquirindo um status de objecto animado. Ao percorrer a cena no corpo do ator, ganha mobilidade, marca a época dos eventos, o status, a profissão, a idade da personagem, a sua personalidade e a sua visão de mundo. O figurino ostenta características humanas essenciais e procura a comunicação com o público (Leite e Guerra, 2002, p. 98).

Como anteriormente referenciado, apesar da presença das roupas de segunda mão nos figurinos, há uma desconexão entre a realidade prática do figurinismo e a produção bibliográfica, apresentando uma escassez de informações sobre as metodologias de criação de vestuário a partir de roupas de segunda mão nas discussões académicas do figurinismo. O estudo e a disseminação dessas técnicas podem ser de grande valor tanto para a indústria cinematográfica quanto para a indústria da moda e outros ramos do design, possibilitando a aplicação do conhecimento das produções de baixo orçamento em produções de grande escala. Portanto, este trabalho procura investigar como ocorre o processo criativo e produtivo de um figurino cénico ao utilizar roupas de segunda mão, com o objectivo de preencher a lacuna entre a experiência prática e a produção bibliográfica. Pretende-se assim explorar os conceitos essenciais do figurino cinematográfico e das roupas de segunda mão, visando compreender o processo de criação de figurinos.

Este estudo concentra-se na análise da idealização e produção de figurinos, através da investigação da simbologia do figurino e seu impacto na interpretação das personagens, visando

a criação com peças de segunda mão. Ainda, examina-se técnicas de sustentabilidade e Economia Circular como o *garimpo*, que envolve a procura e seleção de artigos, e o *upcycling*, abordagem de transformação de roupas. Na parte prática deste estudo, é apresentada uma metodologia para a criação de figurinos utilizando peças de segunda mão, seguido pela transformação das peças em figurinos relevantes e simbólicos para a narrativa cinematográfica, dos quais são testados num filme universitário.

Em suma, os resultados deste trabalho pretendem auxiliar futuros investigadores, designers de figurino e designers de moda, aproximando as áreas e servindo como meio de diálogo eficaz entre profissionais, disseminando as técnicas do figurinismo e registando-as bibliograficamente.

## **1.1 Problema**

Esse estudo visa compreender a utilização de roupas em segunda mão em projetos cinematográficos. Portanto, a questão central desta investigação é a seguinte:

**De que forma ocorre o processo criativo e produtivo de um figurino cénico ao utilizar roupas em segunda mão?**

Deste modo, são também formuladas algumas questões secundárias. Para compreender as técnicas de procura dessas roupas, o processo de *garimpo* de vestuário é objecto de análise nesse estudo. Adicionalmente, compreender a simbologia de um figurino é essencial ao idealizar o vestuário de uma obra audiovisual. Criar uma indumentária desde o início, com a seleção de tecidos, determinação da modelagem e escolha de elementos requer esforço por parte do Designer. Pensar em como essa vestimenta pode transmitir as mesmas emoções ao espectador, sem o uso de matéria-prima nova, apresenta um desafio a ser abordado.

### **Subquestões:**

SQ.1 – Como é utilizado o processo de *garimpo* para procurar os artigos necessários à criação do conjunto?

SQ.2 – Como criar uma simbologia credível, dentro de uma história fictícia no contexto audiovisual, a uma roupa reutilizada que já possui a sua própria história?

## **1.2 Objectivo geral e objectivos específicos**

Desta forma, o objectivo geral desse estudo é:

**Compreender como se processa a conceção de figurinos com simbolismo narrativo, utilizando roupas de segunda mão.**

Para compreender o processo desde a procura, a sua utilização e eventual transformação das roupas, pretende-se organizar esse processo de maneira sistemática e testá-lo em figurinos que possam ser aplicados numa produção cinematográfica.

Objectivos Específicos:

- Identificar qual o método para incorporar figurinos com roupas de segunda mão ao longo da produção de uma obra cinematográfica.
- Analisar o processo de seleção de artigos, o conhecido como *garimpo*, obtidos em locais como lojas de segunda mão, instituições e doações.
- Produzir um figurino, ou mais, para uma obra audiovisual utilizando técnicas variadas através de roupas de segunda mão e analisar todo o processo. A integração deste coordenado na *mise-en-scène* é de extrema importância.

### **1.3 Desenho metodológico**

Para construir um conhecimento teórico e empírico, este projeto utiliza uma metodologia mista, que incorpora abordagens não intervencionistas e intervencionistas, sendo esta última de natureza qualitativa. A fim de compreender os conceitos, reunir informações e perceber a importância das peças de segunda mão no figurinismo, a metodologia não intervencionista permite fundamentar o contexto da utilização de figurinos com uma perspectiva sustentável no meio cinematográfico. Dado que a bibliografia disponível sobre o tema é escassa, o levantamento de informações relevantes sobre o assunto assume uma maior importância. Portanto, analisar as informações escritas sobre o figurinismo, as roupas de segunda mão e a tentativa de cruzar as informações torna-se de grande interesse.

Para a análise prática, a metodologia intervencionista é adequada à idealização de um método para a criação de figurinos a partir de peças de segunda mão, e a sua utilização num projeto cinematográfico. Observar como ocorre o processo de criação numa situação real, bem como os efeitos gerados no filme, é o foco dessa abordagem. Nesse sentido, o curta-metragem “Útil e Desagradável”, produzido no âmbito do curso de Mestrado em Cinema da Universidade da Beira Interior, é parte integrante dessa experimentação.

### **1.4 Estrutura da dissertação**

A presente dissertação está estruturada em três capítulos principais. Os primeiros capítulos abordam o Enquadramento Teórico, cujo objectivo é fornecer o enquadramento conceitual para a investigação, abrangendo os dois principais tópicos de estudo: figurinismo e vestuário de segunda mão. Almejando enriquecer esses tópicos centrais, foram também contextualizados temas complementares que servem como suporte e fundamentação.

O Capítulo 2, dedicado ao *Figurino e Cinema*, examina a história do cinema e a evolução do figurinismo. Desta forma, explora-se os principais conceitos relacionados ao figurino, como a *mise-en-scène*, bem como a importância do desenvolvimento das personagens cinematográficas. Durante este desenvolvimento, procurou-se nas fontes literárias referências à relevância das roupas de segunda mão no contexto cinematográfico. A seguir, é aprofundado o processo habitual de criação de figurinos, compreendendo os pilares estéticos e a simbologia.

O Capítulo 3 focaliza as *Roupas de segunda Mão e práticas sustentáveis*. Aqui, explora-se a relevância atual destes temas na indústria da moda e no figurinismo, procurando identificar as vantagens do consumo desses produtos e compreendendo o conceito de Economia Circular. Examina-se a prática do *garimpo*, o processo de procura e seleção de artigos de segunda mão em diferentes contextos, sendo este processo contextualizado ao figurinismo. O capítulo culmina nas técnicas de reutilização de roupas de segunda mão, com destaque para o *upcycling*.

O Capítulo 4 fornece uma análise detalhada da *Componente prática* deste projeto, que compreende a metodologia empregada no estudo, ressaltando a literatura. Este capítulo descreve o processo de criação de figurinos para o curta-metragem “Útil e Desagradável”, evidenciando os aspectos mais relevantes e narrando a aplicação das práticas sustentáveis na composição dos figurinos.

A seção de Conclusão representa a culminação desta investigação ao avaliar os resultados obtidos e procura contextualizar os resultados no âmbito mais amplo da literatura pertinente e ressaltar a sua relevância no cenário do figurinismo, do cinema e da moda sustentável. Nesse sentido, ela sintetiza de forma abrangente os principais achados e insights que emergiram do estudo realizado. Em última análise, a seção de Conclusão sugere possíveis direções futuras de pesquisa. No Apêndice, são apresentados elementos adicionais que complementam o estudo, incluindo a narrativa detalhada do filme, documentos de apoio relevantes e imagens das filmagens realizadas. Esses materiais proporcionam uma compreensão mais abrangente do projeto, enriquecendo a análise e contextualização realizadas ao longo da dissertação.

## 2 Figurino e Cinema

Este capítulo tem como objectivo introduzir o leitor aos conceitos essenciais do figurinismo e à sua dinâmica. Inicialmente, é fornecido o enquadramento histórico no qual o figurinismo cinematográfico se desenvolveu. Posteriormente, são analisados alguns dos princípios fundamentais do figurino cinematográfico. Seguidamente, passa-se pelo processo de criação de um figurino, compreendendo certos princípios estéticos e simbólicos subjacentes, e percebendo como este ocorre dentro da produção de um filme.

### 2.1 Enquadramento histórico

Os trajes nos filmes têm um significado muito além das escolhas estilísticas, os figurinos podem cumprir papéis motivadores e causais nas narrativas (Bordwell et al.,2020). O autor afirma que o figurino é parte da *mise-en-scène* de um filme, este importante conceito tem origem francesa, a palavra significa “colocar em cena” pois foi utilizada pela primeira vez para se referir à prática de dirigir peças de teatro. O conceito está intrinsecamente ligado ao controlo do diretor sobre o que aparece no quadro do filme, incluindo os aspetos que vão além da arte do teatro: cenário, iluminação, figurino e o comportamento das figuras.

A história do figurino no cinema está intrinsecamente ligada ao seu uso noutra arte, o Teatro. Ao longo da história Teatral, o figurino funciona como um elemento cénico, seja para expressar emoções ou simplesmente deslumbrar o espetador. Contextualizando historicamente, durante a era medieval, os atores trajavam-se com roupas exageradamente extravagantes, muitas vezes fornecidas pelos seus patronos da corte, exibindo os seus adereços como uma demonstração externa de riqueza, sem ter em consideração o papel que estavam a exercer. A intenção do teatro era manipular a mente do espetador levando-o a confundir a apresentação com a realidade. Era frequente a reutilização de figurinos, pois a maioria das peças representava os mesmos papéis, normalmente figuras da sociedade, tais como o imperador romano ou o camponês. Sem qualquer preocupação com a verossimilhança histórica das histórias que eram contadas, os figurinos eram influenciados pela moda da época (Muniz, 2004).

No entanto, o uso do figurino tal como é visto hoje no cinema só teve o seu início entre os séculos XIX e XX com a aparição de movimentos estéticos, tais como o naturalismo, simbolismo e expressionismo. Neste momento, o teatro experimentou avanços significativos em termos de estilo e infraestrutura, pois procuravam retratar situações históricas com um elevado grau de realismo. No teatro naturalista<sup>1</sup> houve um movimento em direção a uma compreensão mais profunda do figurino, levando em consideração o seu aspeto psicológico e social. O figurino

---

<sup>1</sup> O teatro naturalista surgiu paralelamente ao movimento literário naturalista, na França entre os séculos XIX e XX. Neste movimento procura-se criar uma ilusão extrema da realidade no palco, através de mecanismos e técnicas. O teatro naturalista é a radicalização do realismo, que corresponde a um tipo de interpretação teatral que busca reproduzir o comportamento natural humano com a mais absoluta fidelidade. (O Que é Teatro Naturalista?, 2021)

passou a fornecer informações sobre a personagem e o seu contexto refletindo o status social e a sua personalidade. Elementos físicos como desgaste, sujidade e estado da roupa geravam signos sobre a personagem (Muniz, 2004).

Com o advento do cinematógrafo, surgiram novas formas de entretenimento, e as semelhanças entre o cinema e outras formas culturais aumentaram. Durante o Primeiro Cinema, os primeiros anos caracterizam-se especialmente pela criação de filmes para o Cinema de Atrações<sup>2</sup>, uma vez que o aparelho criado pelos irmãos Lumière em 1894 era originalmente utilizado para registar curtas-metragens, que eram exibidas em teatros de variedades para o deleite do público (Mascarello, 2006). Rapidamente, vários produtores começaram a criar os seus próprios filmes, competindo com os Lumière. Alguns realizadores destacaram-se nas áreas de encenação, sendo dois franceses pioneiros na experimentação de efeitos com a câmara: Alice Guy-Blaché e Georges Méliès. Nos seus filmes, o espaço cénico e a aparência das personagens assumiam uma grande importância. Localizar e conferir características físicas às personagens foi o início de um processo de desenvolvimento que continua até aos dias de hoje.

George Méliès, proveniente do meio teatral, trouxe suas ilusões e espetáculos para o cinema. Cenários extravagantes, maquilhagens vistosas, figurinos e fantasias eram utilizados para ilustrar as suas narrativas. Essa abordagem estética influenciou outros cineastas e ajudou a moldar o futuro do cinema. Méliès, o mágico por excelência, destacou-se como um dos principais produtores de filmes do Primeiro Cinema. Ele atribuiu uma função de comunicação intencional ao visual dos filmes, exercendo uma importante contribuição na criação do papel do diretor. Além disso, ele aprimorou a interpretação dos figurinos, tornando-os ferramentas para conferir autenticidade às configurações e períodos retratados. Conforme citado por Mazzoleni (2017):

A filmografia de atração por Méliès faz parte deste horizonte, que conduz, através do reconhecimento do valor artístico da direção teatral, à identificação de todas as especificidades do espetáculo à medida que ele se desdobra, desde a escolha dos cenários até a confecção dos figurinos<sup>3</sup> (p. 7).

A origem dos trajes utilizados nos seus filmes não está apenas ligada exclusivamente à criação da sua estética, mas também está profundamente ligada à história do vestuário teatral da época. Muitos dos figurinos eram compartilhados com teatros populares de Paris, tais como o Théâtre du Châtelet, o Théâtre de la Galerie Vivienne, o Théâtre de la Porte Saint-Martin, o Folies-Bergère e o Chat Noir Cabaret (Mazzoleni, 2017). Alguns de seus figurinos estão representados na figura 1.

---

<sup>2</sup> O cinema de atrações é definido como o cinema da primeira década, caracterizado por sua abordagem única em relação ao público. No cinema desse período, o gesto fundamental não era criar uma narrativa habilidosa, mas sim um chamado direto e impactante ao espectador, com uma intenção claramente exibicionista. Nesse contexto, a prioridade não era contar histórias, assim como nas atrações de parques de diversões, mas sim surpreender e cativar o espectador de maneira direta e marcante. (Mascarello, 2006)

<sup>3</sup> Tradução livre de: La filmografia d'attrazione di Méliès s'iscrive in questo orizzonte, che conduce, attraverso il riconoscimento del valore artistico della regia teatrale, all'identificazione di tutte le specificità dello spettacolo nel suo farsi, dalla scelta delle scenografie alla confezione dei costumi.



Figura 1 - Voyage dans la Lune (1902). Fonte: Critikat<sup>4</sup>

O cinema industrializou-se a partir de 1907, com funções especializadas e novos papéis como realizadores, argumentistas, cenógrafos e designers de figurino. Isso levou as produtoras americanas a valorizar produções nacionais, competindo com a Europa. Adicionalmente, os filmes passaram a apresentar uma maior profundidade psicológica dos personagens, conferindo uma importância crescente na narrativa (Mascarello, 2006). Até 1913, o cinema se tornou a primeira mídia de massa. Surgiram vanguardas na Europa, utilizando estilos diferentes de *mise-en-scène*, como o Impressionismo Francês, o Surrealismo e o Expressionismo Alemão. O último influenciou profundamente a cinematografia com seu estilo sombrio, uso de sombras, iluminação dramática e simbolismo visual, relacionado a eventos como a Primeira Guerra Mundial e mudanças sociais na Alemanha. Essa corrente artística derivou do expressionismo presente nas artes visuais, que havia surgido na Alemanha algumas décadas antes (Mascarello, 2006).

O filme que inspira a cinematografia do movimento é “*O Gabinete do Dr. Caligari*” (1920), a *mise-en-scène* da obra foi meticulosamente trabalhada para criar uma ideia de pesadelo e surrealismo. Uma característica marcante do filme é o uso de cenários distorcidos e irregulares, com paredes inclinadas e janelas de tamanhos desproporcionais. Criando assim uma sensação de desorientação e angústia no espectador, que era convidado a entrar na mente perturbada do personagem principal. A caracterização conta com maquiagens carregadas a demonstrar o estado emocional das personagens, o figurino segue a mesma linha, sendo usado para reforçar a atmosfera surreal do Expressionista Alemão. Os trajes eram estilizados e exagerados, com cortes angulares e assimétricos, e o jogo de tons do filme em preto e branco eram usados de forma simbólica para representar conceitos abstratos.

De acordo com Bordwell et al. (2020), “*O Gabinete do Dr. Caligari*” (1920) foi um dos primeiros filmes a apresentar uma narrativa complexa e uma *mise-en-scène* altamente pensada. Eles

---

<sup>4</sup> Link: <https://www.critikat.com/actualite-cine/critique/le-voyage-extraordinaire/>, consultado em: Fevereiro de 2023.

afirmam que o filme “atraiu a atenção internacional pela sua estranheza e originalidade” (p. 183), como mostrado na figura 2.



Figura 2 – O Gabinete do Dr Caligari (1920). Fonte: Folha Uol<sup>5</sup>

Na América do Norte a indústria do cinema estabeleceu um modo de produção para a indústria cinematográfica, com dezenas de filmes a serem filmados por ano. Alguns gêneros principais como o *Western*, ganharam destaque. No livro de Deborah Nadoolman Landis, “Hollywood Costume” (2013) é referenciado que no ano de 1920, a superprodução de filmes levou a um acúmulo de figurinos nos departamentos de figurinos dos estúdios. Era oportuno financeiramente que os estúdios mantivessem os figurinos que já haviam pago para produzir, e os custos de todos os cenários e figurinos eram contabilizados junto ao filme para o qual foram feitos, tornando assim gratuitos quaisquer usos posteriores. Como resultado, a reutilização dos cenários e figurinos foi encorajada, e os estúdios começaram a retornar aos mesmos gêneros.

À medida que a produção dos estúdios aumentou ao longo década do século XX, tornou-se evidente os benefícios de adquirir figurinos de forma rápida, levando os produtores a empregar designers de figurino a tempo inteiro. Esta tendência ganhou novo ímpeto após o final da Primeira Guerra Mundial, quando Hollywood se estabeleceu como o centro do negócio cinematográfico, e os grandes estúdios, que tinham um sistema integrado de produção estavam a consolidar-se. Pela primeira vez os designers de figurino saíram das sombras dos departamentos de Guarda-roupa e passaram a ter notoriedade no mundo do cinema. A técnica padrão para a produção de um filme, adotada pelos grandes estúdios, envolveu a colaboração entre a unidade de produção de guarda-roupa e o trabalho de um designer profissional, agora em destaque.

O cinema evoluiu rapidamente, no final dos anos 20 culminou a chegada do som aos filmes, incorporando diálogos e captura de sons, tornando a experiência cinematográfica mais realista. Esse desejo de realismo também influenciou uma transformação nos figurinos, de algo mais caricato para retratos mais fiéis do mundo (Landis, 2013). Esse marco definiu o fim da era do “Cinema Mudo” e o início da “Era de Ouro do Cinema”. Neste ponto os departamentos de figurino já haviam crescido para pequenas fábricas e os grandes nomes do figurino ganhavam espaço.

---

<sup>5</sup> Link: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2020/02/centenario-gabinete-do-dr-caligari-tornou-se-icone-da-cultura-pop.shtml>, consultado em: Fevereiro de 2023.

Designers de figurino como Gilbert Adrian e Clare West deixaram um legado ao contribuírem com inúmeros filmes durante os Anos Dourados de Hollywood. Antes do filme “*Intolerância*” (1916), dirigido por D. W. Griffith e com figurino de Clare West, o departamento de design de figurinos era conhecido simplesmente como “guarda-roupa”, e os atores frequentemente usavam suas próprias roupas ou as alugavam (Munich, 2011). Esses designers transformaram a história da moda, estabelecendo o cinema como uma influência determinante nas tendências.

No passado, o design de figurinos em Hollywood tinha uma estética muitas vezes questionável, em contraste com a alta-costura de Paris, que sempre foi considerada o padrão mais elevado na indústria do vestuário desde o século XVII. No entanto durante a Era Dourada essa disparidade diminuiu, à medida que a indústria cinematográfica americana inovou com os seus figurinos populares. Hollywood conquistou o público com a sua abordagem criativa e audaciosa na moda cinematográfica (Munich, 2011).

O designer de figurino Adrian destacou-se ao promover uma grande transformação na indústria da moda, convertendo os figurinos de cinema em produtos prontos para venda em lojas. Como Diretor do Departamento de Figurinos da MGM, Adrian participou de grandes produções cinematográficas da época, como “*Maria Antonieta*” (1938), “*O Feiticeiro de Oz*” (1939) e “*Ziegfeld Girl*” (1941). O vestido de babados de organza branca criado para Joan Crawford em “*Letty Lynton*” em 1932 (como pode ser visto na figura 3), foi o primeiro traje cinematográfico a ser produzido em grande escala para o público em geral. O impacto dessa criação transcendeu o cinema e tornou-se um marco na história da moda, inaugurando uma nova era de roupas prontas para venda inspiradas nos filmes (Munich, 2011 & Landis, 2013).



Figura 3 - Figurino de Joan Crawford (1932). Fonte: The Hollywood Revue <sup>6</sup>.

Com o crescimento da indústria cinematográfica americana, foi criada a Academia de Artes e Ciências Cinematográficas em 1926 por cineastas, produtores e executivos de estúdio liderados por Louis B. Mayer, um dos fundadores da Metro-Goldwyn-Mayer (MGM). O Oscar, também conhecido como The Academy Awards, é um prêmio altamente prestigiado no cinema global e é

---

<sup>6</sup> Link: <https://hollywoodrevue.wordpress.com/2012/11/01/letty-lynton-1932/>, consultado em: Março de 2023.

organizado pela Academia. A primeira cerimônia ocorreu em 16 de maio de 1929 no Hollywood Roosevelt Hotel, tornando-se um evento de destaque no calendário cinematográfico internacional (Dorney et al., 2022). Apesar da premiação existir há quase 20 anos foi somente em 1948 que o prêmio de *Costume Design* foi criado, uma vez que até esse ano a categoria estava unida à *Art Direction* (Academy of Motion Picture Arts and Sciences, 2019).

Os vencedores daquele ano foram “*Hamlet*”, na categoria em Preto e Branco, e “*Joana d’Arc*”, na categoria em cores, como representado nas figuras 4 a) e b). Os designers de figurino Roger K. Furse com Dorothy Jeakins e Karinska, respectivamente, receberam o mérito pelas suas contribuições, visto que, naquela época de transição para filmes coloridos, foi considerada necessária a premiação de ambas as modalidades.



Figura 4 - **a)** - Figurinos de “*Hamlet*”, à esquerda. Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à Two Cities Films. **b)** - “*Joana d’Arc*” (1948), à direita. Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à RKO Radio Pictures.

Entre os vencedores da categoria ao longo dos anos, Edith Head destacou-se, conquistando o prêmio oito vezes, incluindo filmes como “*Férias em Roma*” (1953) e “*Sabrina*” (1954). Trabalhando nos estúdios da Paramount e Universal, Edith vestiu as principais estrelas de Hollywood da época, como Grace Kelly, Lana Turner, Paul Newman, John Wayne e Elizabeth Taylor, além de Marlene Dietrich, entre outros exemplos.

Tanto Adrian como Edith conseguiram destacar-se nos figurinos do cinema fora do ecrã, conquistando o mercado da moda. No entanto, Edith Head avançou em mais um aspeto: no aprofundamento e complexidade da simbologia no uso do figurino. A sua maior parceria ao longo dos anos de trabalho foi com o reconhecido realizador Alfred Hitchcock. Muitas das inovações introduzidas na indústria cinematográfica por Alfred Hitchcock e Edith Head ainda são utilizadas na produção de filmes nos dias de hoje. Como pode ser visto neste trecho por Antonioli:

Os trajes de Edith Head ajudaram a revelar a experiência psicológica da personagem e ajudaram a narrativa a avançar. Uma história foi facilitada para o público através do uso de vestuário apropriado. Por vezes, o uso de cores num filme ajudou a revelar a parte mais profunda de uma personagem: os seus medos, as suas obsessões, os seus sonhos. Para Alfred Hitchcock “cinema puro” era um filme em que os diálogos podiam ser removidos, mas, através do uso de imagens, cores, iluminação, cenografia em vez disso, mas a narrativa da história ainda seria compreensível:

a mensagem que o autor quer enviar através do filme ainda chegará ao público 7 (Antonioli, 2020, p. 22).

Hitchcock frequentemente confiava em Head para criar figurinos que ajudassem a definir os personagens e transmitir a sua psicologia. Por exemplo, em “*A Mulher que Viveu Duas Vezes*” (1958), Edith Head criou um guarda-roupa para a personagem da atriz Kim Novak, que se transformava à medida que a personagem mudava, pois na história a personagem assume duas personalidades diferentes. As duas versões da mesma mulher tinham elementos distintos, com cores, texturas e símbolos que contribuíam para contar a história apresentada. Esse tipo de utilização do figurino não era comum em Hollywood, onde as estrelas muitas vezes tinham mais destaque no filme do que a própria história.

Durante a “Era de Ouro do Cinema”, era comum que os designers de figurino vestissem os atores com roupas que realçassem sua beleza. Esse pensamento começou a mudar quando duas designers de figurino da Broadway introduziram um sistema integrado de idealização dos figurinos para o cinema. Irene Sharaff e Helen Rose mostraram como idealizar as roupas e acessórios em consonância com a Direção de Arte, considerando paletas de cores e semelhanças estéticas, assim como ocorria no teatro (Landis, 2013). Os realizadores passaram a ter maior autoridade nos aspectos estilísticos do filme, incluindo a opinião ativa sobre os figurinos. Numa entrevista posterior ao sucesso de “*A Mulher que Viveu Duas Vezes*”, a atriz Kim Novak conta sobre o processo de escolha do figurino e sua surpresa ao se deparar com um vestido fora de moda que não se adequava ao seu corpo:

Eu nunca tinha tido um diretor que fosse particular sobre os trajes, a forma como foram desenhados, as cores específicas. As duas coisas que ele mais queria eram aqueles sapatos e aquele terno cinza. Quando Edith Head me mostrou aquele terno cinza, eu disse: “Oh, meu Deus, parece que seria muito difícil atuar. É muito confinante” 8 (“*The MacGuffin*” Interview with Kim Novak, 2003).

A colaboração entre Edith e Hitchcock perdurou por 11 filmes, sendo a maioria deles os maiores sucessos do diretor, como “*Janela Indiscreta*” (1954), “*Ladrão de Casaca*” (1955), “*Os Pássaros*” (1963) e “*Intriga em Família*” (1976). Juntos, eles redefiniram a forma de produzir filmes, passando a considerar cores, formas e texturas para criar símbolos, onde os figurinos passaram a contar histórias. O figurino começou a ir além do glamour, e a *mise-en-scène* adquiriu sua própria linguagem e simbologia.

Nos anos 60, a indústria do cinema enfrentou desafios devido à guerra. A abordagem casual da criação cinematográfica, preocupações financeiras e a indagação por realismo total diminuíram

---

<sup>7</sup> Tradução livre de: Edith Head's costumes helped reveal the psychological experience of the character and helped the narrative to advance. A story was made easier to follow for the audience through the use of appropriate clothing. Sometimes the use of colours in a movie helped to reveal the deepest part of a character: his fears, his obsessions, his dreams. For Alfred Hitchcock “pure Cinema” was a movie in which the dialogues could be removed but, through the use of images, colours, lighting, set design instead but the narrative of the story would still be comprehensible: the message that the author wants to send through the movie will still reach the audience.

<sup>8</sup> Tradução livre de: I had never had a director who was particular about the costumes, the way they were designed, the specific colors. The two things he wanted the most were those shoes and that gray suit. When Edith Head showed me that gray suit, I said, “Oh, my god, that looks like it would be very hard to act in. It's very confining.” Then, when we had the first fitting of the dress, it was even worse and I said, “This is so restrictive.”

os investimentos em figurinos e encolheram os departamentos de figurino. Designers frequentemente agiam mais como “compradores” de roupas do que como artistas. No entanto, alguns diretores ainda valorizavam a colaboração com designers de figurino para manter a autenticidade em seus filmes. Apesar disso, o pensamento de que qualquer pessoa poderia cuidar do figurino levou à diminuição da importância dos designers de figurino no final dos anos 60 (Landis, 2013).

A partir dos anos 70, Hollywood rompe com os laços do passado. Surgem novas formas de fazer cinema, enquanto alguns realizadores eram fortemente influenciados pelo Modernismo Europeu, também surgiam os filmes Blockbusters, grandes produções intensamente integradas às novas mídias e com uso extensivo de marketing. Esse movimento é destacado por Mascarello (2006) como a Nova Hollywood. Alguns gêneros ganham o agrado do público e recebem grandes orçamentos para a produção de filmes. Finalmente, o figurino começa a enfrentar maiores desafios e a receber maior reconhecimento como é destacado por Landis:

Mas no final dos anos 70 os orçamentos cresceram, e riscos maiores foram assumidos. O papel tradicional do designer de figurino tornou-se solidamente restabelecido na ação e nos filmes de aventura, ficção científica e fantasia. Os diretores destes gêneros exigiam uma parceria total com um designer de figurino para realizar sua visão 9 (Landis, 2013, p.36).

A produção de Hollywood aumentou no final dos anos 90 e com o início do século XXI, o número de filmes produzidos aproximou-se da Era Dourada, com cerca de 500 filmes por ano. Valores exorbitantes foram gastos em publicidade para os filmes, e para compensar os custos, o marketing dentro do filme passa a integrar o figurino e o cenário. Incluir objectos que fazem publicidade de marcas e roupas de designers de moda tornou-se um grande desafio para os realizadores, designers de figurino e cenógrafos, ameaçando sabotar as caracterizações e ambientações autênticas. A colaboração entre estilistas de moda e a indústria cinematográfica beneficia ambos, permitindo que designers associem suas marcas a filmes e atores, enquanto os produtores obtêm financiamento e publicidade gratuita. No entanto, isso pode gerar conflitos entre diretores, designers de figurino e produtores, afetando a integridade do filme.

O cinema hollywoodiano contemporâneo está fortemente ligado aos meios de comunicação, como TV, *streaming* e rádio, onde as fronteiras entre os gêneros se tornam cada vez mais difíceis de discernir. Grandes produções usam publicidade massiva e frequentemente recorrem ao merchandising e a patrocinadores para reduzir custos (Mascarello, 2006). As indústrias cinematográficas em outras partes do mundo foram influenciadas pela abordagem americana, mas diferem em termos de narrativa e orçamento. O figurino agora depende dos recursos disponíveis e de como o diretor o valoriza. O trabalho do designer de figurino nos dias de hoje é plural, diversificado e dependente da direção cinematográfica da obra em questão. Landis (2013) afirma que “os figurinos são uma ferramenta que o cineasta tem de contar a história. Nada no

---

<sup>9</sup> Tradução livre de: But towards the end of the 1970s budgets grew, and greater risks were taken. the traditional role of the costume designer became solidly re-established in action and adventure, science fiction and fantasy films. Directors in these genres required full partnership with a costume designer in order to accomplish their vision.

quadro do filme é arbitrário e nada é permitido atrapalhar o roteiro. O 'melhor' design de figurino pode ser invisível”<sup>10</sup> (p. 42). A arte do figurino ganha a complexidade que seus criadores desejarem.

## 2.2 Conceitos básicos para o figurino cinematográfico

Para compreender a importância do figurino e entender o processo da sua concepção, é necessário apresentar alguns conceitos fundamentais do cinema. Os elementos cinematográficos são essenciais para a construção de um figurino. Ao contrário da moda, o figurino possui um objectivo distinto, com origens e contextos opostos. Conforme descrito de forma resumida em “Fashion in Film”, “A moda é um tipo específico de roupa que está ‘em voga”<sup>11</sup> (Steele como citado em Munich, 2011). Portanto, as diferenças entre os tipos de moda não são complicadas, mas sim dependentes do custo, do uso e do valor da confecção das roupas. Por outro lado, o figurino exige uma elaboração complexa e intencional. Como destacado por Munich:

O figurino, por outro lado, está em outro planeta ou, por assim dizer, em um universo paralelo. Embora muitas vezes arrebatador, ele é, na verdade, um objecto de carga cinematográfico inteligente criado para um propósito exclusivamente cinematográfico. [...] O figurino é uma arte elevada. O designer de figurino usa a palavra “construir” para descrever a construção de um traje. O figurino é um objecto, um edifício de forma literal em que o ator entra, “veste” ou habita para atuar <sup>12</sup> (Munich, 2011, p. 21).

Deste modo, o figurino cinematográfico carrega consigo uma história, um texto, e serve a uma narrativa. Acom (2016) afirma que “O figurino é da ordem dessa concretização textual e cénica, pertence aos elementos visuais que fazem da imagem a narrativa não verbal. São peças pertencentes ao composto de montagem do espetáculo como um todo”. Segundo a autora, compor um figurino é uma das partes do processo de adaptação do texto em cena, semelhante a uma tradução e transferência poética. Nesse processo, são selecionados materiais e mecanismos específicos com a intenção de atribuir significado à obra.

Nos tópicos a seguir é analisado o primeiro conceito básico, brevemente mencionado no tópico de Enquadramento Histórico, a *mise-en-scène* e sua relação com o figurino. Então, é apresentado o funcionamento dos Géneros Cinematográficos e suas ramificações, para enfim perceber a importância da Personagem na construção de um figurino. Ainda, são visitados os conceitos básicos de estética, incluindo a Luz, Cor, Forma e Textura e por último, o Processo de desenvolvimento do designer e seu trabalho ao longo de toda a produção de um filme.

---

<sup>10</sup> Tradução livre de: “Costumes are one tool that the film-maker has to tell the story. nothing in the film frame is arbitrary and nothing is allowed to get in the way of the script. the ‘best’ costume design may be invisible.”

<sup>11</sup> Tradução livre de: “Fashion is a particular kind of clothing that is ‘in style”.

<sup>12</sup> Tradução livre de: Costume on the other hand, is on another planet or, as it were, a parallel universe. Though often breathtaking, it is really a clever cinematic beast of burden created for a solely cinematic purpose.[...]Costume is a high art. The costume designer uses the word “build” to describe an outfit’s construction. The costume is an object, a literal building that the actor enters, “wears”, or inhabits in order to perform.

### 2.2.1 Mise-en-scène

De acordo com Gibbs (2002), existem alguns significados práticos para o termo, sendo o mais simples “colocar no palco”. No entanto, os usos figurativos do termo possuem uma longa história, e uma explicação mais detalhada para *mise-en-scène* seria “o conteúdo do quadro e a maneira como ele é organizado”. Os conteúdos do quadro, conforme mencionados pelo autor, incluem a iluminação, o figurino, a decoração, os objectos e os próprios atores. Podemos perceber aqui como o figurino é importante para a narrativa do filme, sendo um elemento indispensável para contar uma história. No entanto, a roupa por si só não faz um filme, ela depende e interage com os outros elementos, e é esse diálogo entre os componentes que molda a *mise-en-scène* e a torna única em cada filme. Conforme Gibbs:

A organização do conteúdo do quadro engloba a relação dos atores entre si e com a decoração, mas também a relação deles com a câmara e, portanto, com a visão do público. Portanto, ao falar de *mise-en-scène*, também se fala de enquadramento, movimento da câmara, lente específica empregada e outras decisões fotográficas. Portanto, a *Mise-en-scène* engloba tanto o que o público pode ver quanto a maneira pela qual somos convidados a ver<sup>13</sup> (Gibbs, 2002, p. 5).

Assim, praticar a *mise-en-scène* seria então explorar ao máximo todas as possibilidades de um texto, traduzir e criar com base nas palavras através de um ator, de um cenário, do figurino, da iluminação e do resultado das relações entre eles, afirma Júnior (2014). A *mise-en-scène* surge em decorrência da finalidade de cada narrativa, do tipo de cinema a que serve e do material em que se baseia. Júnior destaca que, com a invenção do cinema, surge a ideia de que a *mise-en-scène* não é apenas a união dos elementos para proporcionar uma obra, mas a própria arte em si, sendo, portanto, uma evidência da qualidade estética da obra.

Desta forma, o figurino está intrinsecamente conectado aos outros componentes da cena, devendo ser criado em união e conformidade com as demais escolhas estilísticas do filme. Podemos analisar que uma peça de roupa num filme não pode ser elaborada sem a prévia análise de uma série de questões, como: qual será a iluminação em cada cena, quais serão os ângulos da peça que serão captados pela câmara, quais serão os movimentos corporais do ator que a vestirá, qual será o significado das formas e cores das roupas para o filme, entre muitos outros questionamentos. As escolhas mínimas são importantes e influenciam na percepção da obra, assim as decisões de cada área (fotografia, figurino, cenário...) dependem umas das outras. A *mise-en-scène* é criada em conjunto e envolve principalmente as escolhas do Realizador do filme. As demandas estilísticas dele serão analisadas e traduzidas visualmente de forma detalhada pelo Designer de figurino e o restante da equipa, que devem manter um bom diálogo para que as escolhas de cada departamento estejam correlacionadas.

---

<sup>13</sup> Tradução livre de: The organisation of the contents of the frame encompasses the relationship of the actors to one other and to the decor, but also their relationship to the camera, and thus the audience's view. So in talking about *mise-en-scène*, one is also talking about framing, camera movement, the particular lens employed and other photographic decisions. *Mise-en-scène* therefore encompasses both what the audience can see, and the way in which we are invited to see it.

Bordwell et al. (2020) referem que os elementos da *mise-en-scène* são o cenário, figurino, maquilhagem, iluminação e a encenação, que inclui a atuação e o movimento da cena. Com estas áreas o Realizador manipula a estética do filme de acordo com os seus desejos, com o objectivo de servir à narrativa. Uma mesma história pode ser contada de infinitas maneiras, dependendo das escolhas da *mise-en-scène*: pode representar diferentes pontos de vista, pode ter um estilo mais realista ou mais onírico, diferentes cores e texturas podem ser utilizadas, e o modo de atuação pode variar o clima de uma cena. No filme “*O Casanova de Federico Fellini*” (1976), do realizador Federico Fellini, baseado na biografia de Giacomo Casanova, são apresentados elementos verídicos da sua história. No entanto, Fellini não se preocupa com uma retratação histórica fiel, pelo contrário, a *mise-en-scène* do filme brinca com elementos imaginários, que é uma marca registada da cinematografia de Fellini, como pode ser observado na figura 5.



Figura 5 - Figurinos de “Casanova” (1976). Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à Universal Pictures.

### 2.2.2 Personagem cinematográfico

Outro elemento importante para a conceção de um figurino é o conhecimento da personagem cinematográfico. O conceito de personagem é amplamente debatido por estudiosos de cinema e literatura e é difícil de ser estabelecido, por isso iremos explorar alguns conceitos para melhor compreensão no que diz respeito à criação de figurinos.

Michaels (1998) no livro “*The Phantom of the Cinema: Character in Modern Film*”, a personagem é definida como “uma pessoa representada que corresponde, por analogia, ao nosso entendimento de personalidade na vida real, sem ser confundida com a realidade”<sup>14</sup> (p. 4). Apesar de concisa, essa definição permite-nos perceber a proximidade com a “pessoa”. A personagem, embora não seja uma pessoa real, possui atributos que a conectam com as pessoas, através de linguagem verbal e não verbal, e depende diretamente da visão que as pessoas (os espectadores) têm dela.

No livro, Michaels explora como as personagens nos filmes estão interligadas com indivíduos e com a sociedade, destacando a sua capacidade de refletir mudanças culturais e sociais da sociedade. Ele argumenta que as personagens não são elementos passivos, mas participantes ativos na criação e disseminação de valores culturais, refletindo questões sociais como classe,

---

<sup>14</sup> Tradução livre de: a represented person that corresponds by analogy to an understanding of personhood in real life without being confused with reality.

raça, género e política. Michaels também observa que essas personagens não são estáticas, e sim adaptam-se às normas e valores culturais de sua época e também geram impacto na sociedade.

Podemos entender, assim, que no papel de designer de figurino, o profissional tem um grande compromisso com a sociedade, oferecendo a ela uma visão de mundo que pode influenciar seu modo de pensar. O figurino, mais que estético tem um papel sociológico. Esse fenómeno pode ser percebido na “Era de Ouro do Cinema Hollywoodiano” através da influência dos figurinos das atrizes no mercado e no desejo de consumo da época, conforme retratado anteriormente.

Também há o conceito de personagem por Eder, que é retratado em termos práticos como “seres fictícios identificáveis, com uma vida interior, que são artefactos construídos de forma comunicativa”<sup>15</sup> (Eder, 2021, p. 18). Para o autor, as personagens de filmes também não são pessoas reais, mas sim construções criadas pelos cineastas com o objectivo de contar uma história. No entanto, ele argumenta que as personagens não são meros produtos da imaginação dos cineastas, mas existem como entidades significativas dentro do contexto do filme. Isso significa que os personagens podem ter um impacto real sobre a reação emocional do espectador ao filme. Como pode ser visto no excerto a seguir:

Os cineastas produzem e os espectadores processam as informações contidas nos filmes. Ambos vão além dessas informações e as complementam com seu próprio conhecimento para formar modelos vívidos de seres fictícios. No entanto, os personagens não são sinais “no texto” nem representações mentais “na cabeça”, mas construções coletivas com um componente normativo. Os modelos individuais de personagens dos cineastas e dos espectadores se assemelham porque são construídos a partir de disposições corporais e mentais comparáveis, entre elas o conhecimento compartilhado sobre a realidade e as convenções da mídia. O desenvolvimento de modelos de personagens, entretanto, não se baseia apenas no conhecimento comum, mas também nas regras do jogo da imaginação<sup>16</sup> (Eder, 2021, p. 18).

Eder destaca que personagens são mais do que simples representações de pessoas; eles são construções compartilhadas entre cineastas e espectadores, abertos a diversas formas de representação imaginativa. Personagens podem assumir muitas formas, incluindo máquinas animadas, criaturas fantásticas ou formas abstratas, diferenciando-se de outros elementos do universo por terem uma vida interior intencional. Isso nos leva a modelos de personagens ainda mais complexos, desafiando os designers de figurino a estarem preparados para qualquer tipo de personagem que possam encontrar.

John Mollo, criador dos figurinos de “*Star Wars: Episódio IV - Uma Nova Esperança*” (1977) e “*Episódio V - O Império Contra-Ataca*” (1980), criou figurinos para uma variedade de formas de vida, incluindo criaturas e robôs. Seu trabalho pioneiro estabeleceu a estética duradoura da saga “*Star Wars*”. Mollo incorporou influências que variavam de trajes de guerra a elementos orientais

---

<sup>15</sup> Tradução livre de: identifiable fictional beings with an inner life that exist as communicatively constructed artifacts.

<sup>16</sup> Tradução livre de: Filmmakers produce, and viewers process, the information contained in films. Both move beyond this information and supplement it with knowledge of their own in order to form vivid models of fictional beings. Nevertheless, characters are neither signs “in the text” nor mental representations “in the head” but collective constructs with a normative component. The individual character models of the filmmakers and the viewers resemble each other because they are built from comparable bodily and mental dispositions, among them shared knowledge about reality and media conventions. The development of character models, however, is not only founded on common knowledge but also on the rules of the imagination game.

em sua criação, colaborando com o realizador George Lucas na construção do universo da saga. Chewbacca, tem um icônico figurino de pelos longos e estrutura alongada, foi um dos personagens mais marcantes da época, como pode ser visto a o croqui e o figurino real da figura 6.



Figura 6 - **a)** Ilustração de John Mollo. **b)** Figurino final em “A Guerra das estrelas: Episódio IV - Uma Nova Esperança” (1977). Fonte: New York Times. <sup>17</sup>

O visual do filme, que foi muito disruptivo para a época, conseguiu deixar uma marca na geração, tendo repercussões até os dias atuais em relação à genialidade de John Mollo e do realizador George Lucas. John Mollo recebeu o prêmio de Melhor Figurino na cerimônia do Oscar de 1978 pelo filme “*Star Wars: Episódio IV - Uma Nova Esperança*”. Durante o momento da premiação, Mollo levou ao palco atores vestidos com os figurinos do filme, e em seu discurso, afirmou: “Como você viu, os trajes em Star Wars não são tanto trajes, mas um pouco de encanamento e engenharia geral de automóveis” (Minutaglio, 2018) <sup>18</sup>. Com essas palavras, percebemos a complexidade envolvida na criação de personagens, que vai muito além do convencional.

### 2.3 Criação de um figurino

Embora a criação dos figurinos seja um processo individual de cada filme, pode variar com base nos pontos mencionados nas seções anteriores. O estilo de *mise-en-scène* e as especificações das personagens são pontos-chaves na concepção do figurino. No entanto, a forma como o figurino é criado para traduzir o universo visual do filme está relacionada com a disposição dos elementos visuais em cena. O figurino precisa assumir uma presença convincente no mundo em que se insere e representar sinais que façam sentido para o ambiente e a história narrativa.

Para entender melhor como os figurinos podem ser trabalhados na diegese de um filme podemos recorrer à classificação de Marcel Martin (2005). Segundo o autor, os figurinos cinematográficos podem ser categorizados em três grupos distintos: figurinos realistas, para-realistas e simbólicos.

---

<sup>17</sup> Link: <https://www.nytimes.com/2018/11/25/arts/design/star-wars-john-mollo-sketches-auction.html>, consultado em: Março de 2023.

<sup>18</sup> Tradução livre de: As you've seen, the costumes in Star Wars are really not so much costumes as a bit of plumbing and general automobile engineering.

- Os figurinos realistas são aqueles que se baseiam na realidade histórica. O designer de figurino utiliza documentos de época e prioriza a precisão e fidelidade aos trajes da época retratada. A exatidão histórica é um aspeto central, e os figurinos são elaborados com base numa pesquisa minuciosa para garantir a autenticidade.
- Os figurinos para-realistas são inspirados na moda e na indumentária da época retratada, mas sofrem uma estilização. Nesse caso, a preocupação com o estilo e a estética ganha mais destaque em relação à exatidão pura. Os figurinos possuem uma elegância intemporal e são concebidos para cativar visualmente o público, ainda que não sejam completamente fiéis à realidade histórica.
- Os figurinos simbólicos não dão importância à exatidão histórica. O seu principal objectivo é transmitir simbolicamente características, tipos sociais ou estados de alma das personagens. Nesse caso, a representação visual é priorizada, os figurinos são utilizados como elementos simbólicos para aprofundar a compreensão das personagens e transmitir mensagens além do aspeto meramente estético.

Essas categorias de figurinos no cinema refletem diferentes abordagens estéticas e narrativas, permitindo aos designers de figurino explorarem diversas possibilidades de expressão visual e criarem uma atmosfera adequada ao contexto da história que está sendo contada. Todavia, esses grupos podem misturar-se e apresentar, num mesmo filme duas ou mais dessas características.

No filme *“Drácula de Bram Stoker”* (1992), dirigido por Francis Ford Coppola, é possível encontrar mais de uma classificação. Eles contribuem para a estética gótica e visualmente impressionante do filme, combinando detalhes da Era Vitoriana com elementos fantásticos. Apesar de ambientado no século XIX, o filme transcende a precisão histórica, criando uma estética estilizada e rica em simbolismo. O figurino do Drácula, com mais de 400 anos de idade, mistura influências do Império Otomano com a sociedade da época, incorporando também inspirações asiáticas e elementos fantásticos que simbolizam sua natureza vampírica. A personagem Mina Murray, interesse romântico do Drácula, veste trajes que simbolizam feminilidade e pureza com sutileza, utilizando tons de verde e azul e detalhes autorreferenciais. Outras personagens também possuem figurinos que fazem referência a movimentos artísticos e possuem simbolismo, como Lucy e as Noivas do Drácula, inspiradas pelo Pré-Rafaelismo e pelo ressurgimento do estilo grego na Art Nouveau. Assim, podemos encontrar no filme tanto figurinos para-realistas como simbólicos, os figurinos podem ser observados na figura 7.



Figura 7 – Figurinos do filme “Drácula de Bram Stoker” (1992). Fonte: Columbia Pictures.

Eiko Ishioka, a designer de figurino do filme, conseguiu combinar elementos históricos com uma estética gótica e sobrenatural, criando trajes que complementam tanto a narrativa quanto a atmosfera visual do filme (Academy, 2017 e Barbosa, 2014). O figurino em “Drácula de Bram Stoker” é vital na experiência cinematográfica, ajudando a transportar o público para o mundo sombrio e sedutor do romance clássico de Bram Stoker.

Com a classificação de Martin (2005), podemos entender algumas das abordagens que o figurino pode assumir numa obra cinematográfica. Assim, aproximamo-nos da realidade da criação do figurino, compreendendo que os trajes devem fazer parte do contexto narrativo do filme e ajudar a imergir o público nesse mundo materialmente, através de texturas, formas e uso da roupa.

### 2.3.1 Pilares estéticos

O design de figurinos se baseia em pilares estéticos, que são princípios orientadores essenciais. Eles ajudam os designers de figurino a comunicar a estética desejada, melhorar o impacto visual dos personagens e contribuir para a coesão visual, desenvolvimento das personagens, narrativa visual e construção do mundo do filme. Seguindo esses princípios, os designers de figurino aprimoram a estética da produção e enriquecem a compreensão do público sobre os personagens e sua história. Munich explica no livro *Fashion in Film* (2011):

Os designers de figurino precisam contar uma história e utilizam os mesmos estratagemas que os primeiros fios tingidos da “moda” antiga utilizavam. Eles manipulam por meio de ferramentas como silhuetas, nuances de cores, linhas de design ou texturas de tecido (a seda é adequada para o personagem ou é melhor usar juta?), mas também criam uma sensação emocional no traje por meio de detalhes minuciosos, como mover uma costura do ombro para mais longe ou mais perto do pescoço ou deixar uma jaqueta um pouco apertada, solta, curta ou longa demais. Eles devem transmitir informações consideráveis por meio de detalhes imperceptíveis. O uso maravilhoso desses sinais aparentemente inócuos é um elemento básico do design personalizado 19 (p. 22).

Neste excerto, é possível compreender a minuciosidade do trabalho de um designer de figurino, que precisa considerar o que cada escolha estética pode transmitir sobre cada personagem. Para compreender como cada ferramenta pode ser aplicada ao figurino, vamos explorar alguns desses pilares estéticos em detalhe, nomeadamente: luz, cor, forma e silhueta, textura e tecido.

---

<sup>19</sup> Tradução livre de: Costume designers have to tell a story, and they tap into the same stratagems that the first ancient dyed “fashion” threads tapped. They manipulate through tools such as silhouettes, color nuances, design lines, or fabric textures (is silk alright for the character or is burlap better?) but they also create an emotional feel in the costume through minute details such as moving a shoulder seam further from or closer to the neck or making a jacket a little too tight, too loose, too short or too long. They must convey considerable information through imperceptible details. Wonderful use of these seemingly innocuous signals is a custom design staple.

## a) Luz

impactando a apresentação visual e a interpretação dos trajés. Designers de figurino colaboram com diretores de fotografia e realizadores, considerando cores, texturas e narrativa ao escolher os figurinos. Isso assegura que os trajés sejam bem destacados e enriqueçam a experiência cinematográfica. De acordo com Bordwell et al.:

As áreas mais claras e mais escuras dentro do quadro ajudam a criar a composição geral de cada foto e guiam nossa atenção para determinados objectos e ações. Uma área bem iluminada pode chamar nossa atenção para um gesto importante, enquanto uma sombra pode ocultar um detalhe ou criar suspense sobre o que pode estar presente. A iluminação também pode articular texturas: a curva de um rosto, o grão de uma peça de madeira, o rendilhado de uma teia de aranha, o brilho de uma pedra preciosa <sup>20</sup> (Bordwell et al., 2020, p. 125).

A partir dessa afirmação, é possível compreender que a luz pode influenciar na visibilidade de texturas e detalhes do figurino. A direção e a intensidade da luz podem criar realces e sombras e interagem com a textura dos tecidos ou do material que o figurino é feito. A iluminação determina o que é visível na tela e o que chama a atenção do público. Dessa forma, é importante considerar como os figurinos se destacarão ou se fundirão com a iluminação. Cenas bem iluminadas podem exigir figurinos com cores ou padrões chamativos, enquanto figurinos em cenas pouco iluminadas podem precisar de elementos contrastantes ou posicionamento estratégico para manter a visibilidade.

Bordwell et al. também destacam alguns elementos da iluminação que são importantes de serem considerados, incluindo Realces e Sombras, Qualidade, Direção, Fonte e Cor<sup>21</sup>. No que diz respeito aos Realces e Sombras, os Realces ressaltam aspetos importantes da textura da superfície, podendo fazer com que ela brilhe, mas a depender do tipo de material utilizado na confecção do figurino pode resultar em efeitos diversos na câmara. As Sombras permitem que objectos tenham áreas escuras, ocultando partes da superfície, possíveis defeitos num figurino podem ser disfarçados na sombra. Quanto a Qualidade da luz, ela está relacionada à intensidade da iluminação, as sombras criadas pela luz podem gerar linhas definidas ou traços mais suaves. O uso de uma luz mais dura pode contornar objectos e destacar símbolos no figurino, como as curvas do corpo da personagem. A Direção da luz indica o caminho percorrido pela luz, da sua fonte até o objecto iluminado, cada direção pode causar efeitos na silhueta do objecto ou da pessoa, modificando a maneira como são percebidos. Quanto à Fonte, ela refere-se à forma como a cena é iluminada de maneira a parecer integrada à história.

---

<sup>20</sup> Tradução livre de: Lighter and darker areas within the frame help create the overall composition of each shot and guide our attention to certain objects and actions. A brightly illuminated patch may draw our eye to a key gesture, while a shadow may conceal a detail or build up suspense about what may be present. Lighting can also articulate textures: the curve of a face, the grain of a piece of wood, the tracery of a spider's web, the sparkle of a gem.

<sup>21</sup> Tradução livre de: Highlights and Shadows; Quality; Direction; Source and Color

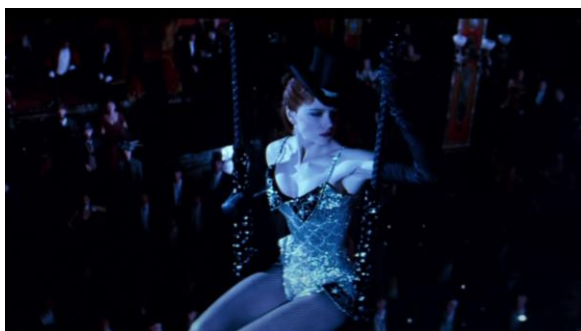


Figura 8 – Iluminação em “Moulin Rouge” (2001). Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à 20th Century Fox.

No filme “*Moulin Rouge*” (2001), os símbolos de sexualidade e feminilidade fazem parte da construção das personagens. Na cena que pode ser vista na figura 8, podemos observar como a luz é utilizada de forma a contornar o corpo da personagem que precisa transmitir esses símbolos, destacando-a e criando linhas bem definidas que acompanham a silhueta do seu corpo, ocultando o restante do cenário que, naquele momento, não é relevante. O figurino ganha destaque com a iluminação, fazendo-o brilhar ainda mais e realçando as partes mais voluptuosas do corpo.

Quanto ao último elemento, a cor é uma ferramenta da iluminação que pode proporcionando infinitas possibilidades de significado a uma cena. Bordwell et al. (2020) afirmam que, além da luz solar branca e das tonalidades das lâmpadas, o realizador tem a opção de escolher uma tonalidade que vá além do realismo da cena, a procurar evocar uma atmosfera distinta. No entanto, para entender melhor como as cores influenciam os filmes como um todo, vamos analisar separadamente, incluindo o restante da *mise-en-scène* de um filme.

## **b) Cor**

A utilização das cores em filmes possui um significado profundo, proporcionando uma rica composição visual que aprimora a narrativa e evoca emoções. Vários estudiosos exploraram a importância multifacetada da cor no cinema, examinando o seu impacto na narrativa, no humor, no desenvolvimento das personagens e na percepção do público. Conforme afirmam Barsam e Monahan (2016) em “Looking at Movies: An Introduction to Film”, a cor influencia a estética geral e o design visual de um filme, cativando os espectadores através da sua interação dinâmica de matizes e tons. Ela adiciona profundidade, textura e dimensão ao mundo da tela, criando uma linguagem visual envolvente que transcende os limites da narrativa.

A cor provoca reações emocionais, auxilia no desenvolvimento das personagens e estabelece associações temáticas. Através do uso estratégico e intencional da cor, os cineastas são capazes de criar experiências cinematográficas fascinantes que se conectam profundamente com o público. LoBrutto afirma no livro “The Filmmaker's Guide to Production Design” que:

A cor desempenha muitas funções no design de produção. A cor não é usada apenas para obter verossimilhança nas imagens; ela pode comunicar tempo e lugar, definir personagens e estabelecer emoção, humor, atmosfera e sensibilidade psicológica. Na narrativa visual, a cor é um dos maiores recursos do cineasta. Como em todas as áreas da produção cinematográfica, o design de cores deve ser muito bem pensado e cuidadosamente planejado. Você não está apenas apresentando cores

bonitas ou chamativas; você está contando uma história e definindo os personagens. Um cenário, local ou ambiente é interpretado pelo uso da cor. A cor é uma poderosa ferramenta de design que geralmente funciona de forma subliminar <sup>22</sup> (LoBrutto, 2002, p. 77).

O autor também descreve a diferença de trabalhar em filmes a preto e branco e a cores, relatando que durante a era clássica dos estúdios de Hollywood, os departamentos de arte tinham formação para saber utilizar as cores de maneira específica nas imagens a preto e branco. LoBrutto afirma que a maior diferença é que a paleta do designer não consiste no espectro de cores, mas sim na escala de cinzas, observando como cada cor possui diferentes valores quando está num filtro a preto e branco. Por outro lado, trabalhar com cores requer uma grande sensibilidade para perceber as nuances que cada cor pode oferecer. LoBrutto afirma que as combinações de cores, tons e matizes são ilimitadas quando se trata de expressar e comunicar em um filme.

O uso de paletas e diferentes esquemas de cores pode estabelecer motivos visuais ou associações temáticas num filme. Em “Film Art: An Introduction”, de Bordwell et al. (2020), os autores discutem a importância do simbolismo e dos motivos das cores nos filmes, como, por exemplo, o uso icônico do vermelho em “*Shining*” (1980) de Stanley Kubrick, para simbolizar perigo e intensidade psicológica. Esses elementos visuais criam uma experiência imersiva para o público, promovendo uma conexão mais profunda com a narrativa. Certas combinações de cores podem evocar sentimentos específicos no público, o autor Richard La Motte (2001) apresenta dois esquemas de cores possíveis, as cores Análogas e as cores Complementares.

Enquanto as cores Análogas promovem harmonia, as cores Complementares geram contraste, podendo gerar sentimentos diferentes com seu uso. La Motte evidencia a importância do conhecimento de teoria da arte para os designers de figurino, pois termos como estes são de extrema importância não apenas para o entendimento do trabalho, mas também para uma melhor comunicação com a Direção de Arte e demais departamentos.

O impacto psicológico das cores nos figurinos não pode ser subestimado. Diferentes cores podem evocar respostas emocionais e psicológicas específicas do público. Como Bellantoni (2005) enfatiza no livro “If It's Purple, Someone's Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling”, as escolhas de cores nos figurinos podem comunicar de forma eficaz os traços das personagens, evocar estados de espírito específicos ou destacar o subtexto da narrativa. A seleção de cores para figurinos define identidades e arcos das personagens. Bellantoni explora o impacto psicológico e emocional das cores na narrativa visual. Mostra como as cores aprimoram temas, evocam respostas e comunicam significados. A obra destaca como a cor influencia a percepção de personagens, cenários e enredos, comunicando informações e subtextos ao público sem depender apenas de diálogo ou exposição.

---

<sup>22</sup> Tradução livre de: Color performs many functions in production design. Color is not only used to achieve verisimilitude in the images; color can communicate time and place, define characters, and establish emotion, mood, atmosphere, and a psychological sensibility. In visual storytelling, color is one of the moviemaker's greatest assets. As in all areas of filmmaking, the color design must be given serious thought and must be carefully planned. You are not just presenting pretty or eye-catching colors; you are telling a story and defining the characters. A set, location, or environment is interpreted by its use of color. Color is a powerful design tool that often works subliminally.

Com base numa ampla variedade de filmes, Bellantoni demonstra como a cor estabelece clima, simbolismo e aprimora a narrativa, abordando associações culturais e históricas. Também explora o papel da cor em diferentes géneros, relacionando paletas de cores a emoções e convenções de género. Um dos exemplos trabalhados no livro é a cor Verde, destacada por Bellatoni como “a cor com uma personalidade dividida”<sup>23</sup>. Essa cor é comumente encontrada em filmes em dois principais espetros: o primeiro como uma cor saudável, ambivalente e vital, e o segundo como a cor do veneno, do sinistro e do corrupto, como pode ser observado nesse excerto:

O verde é realmente uma cor dicotómica. É a cor dos vegetais frescos e da carne estragada. Talvez sua dualidade provenha dos nossos tempos mais antigos neste planeta, quando o verde sinalizava tanto alimento quanto perigo. É um facto simples que o verde, em sua manifestação vegetal, sinaliza a própria vida. O verde na atmosfera, entretanto, pode sinalizar um sistema de baixa pressão que que pode gerar um tornado, e "Cuidado com a água verde" é um aviso dos marinheiros. Portanto, o verde pode indicar saúde e vitalidade ou perigo e decadência 24 (Bellantoni, 2005, p. 160).

As cores podem ter os seus símbolos construídos em tela e ajudam os espetadores a terem pistas da narrativa. É o que acontece no filme “Herói” (2002) de Zhang Yimou, o uso da cor na obra apoia a narrativa, colaborando no simbolismo e no impacto emocional. O filme gira em torno da recontagem de uma série de eventos a partir das perspetivas de diferentes personagens, onde cada uma destas é representada por um esquema de cores distinto. Esse uso de cores ajuda o público a distinguir entre as várias vertentes narrativas e acrescenta profundidade à estrutura da história, além de representar símbolos da cultura chinesa.



Figura 9 - **a)** Cena em “Herói” (2002) momento vermelho. **b)** Cena em “Herói” (2002) momento verde.  
Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à Miramax Films.

Cada perspetiva das personagens da história evoca sentimentos distintos. Na parte da história onde predomina o vermelho, como é visto na figura 9 a), dominam sentimentos como a fúria, a paixão, o ciúme, o perigo, o desespero e a vingança. Na sequência representada pela cor verde, como pode ser vista na figura 9 b), encontramos um momento de esperança e jovialidade das personagens, fazendo com que o verde represente frescura, segurança, equilíbrio e fé. O uso meticuloso da cor vai além dos pontos de vista das personagens e é também empregado no design

---

<sup>23</sup> Tradução livre de: The Split Personality Color.

<sup>24</sup> Tradução livre de: Green is really a dichotomous color. It's the color of fresh vegetables and spoiled meat. Perhaps its duplicity comes from our earliest times on this planet when green signaled both food and danger. It is a simple fact that green, in its plant manifestation, signals life itself. Green in the atmosphere, however, can signal a low-pressure system that can spawn a tornado, and “Beware of the green water” is a sailor’s warning. So green can signal health and vitality or danger and decay.

visual e nos elementos de cena, incluindo os figurinos. Os figurinos são projetados com cores vibrantes que se alinham às perspectivas, personalidades e estados emocionais das personagens.

Resumidamente, a importância da cor no design de figurinos no contexto do filme é multifacetada. Ela contribui para o desenvolvimento das personagens, aprimora a estética visual, evoca emoções e transmite significados especiais. Ao selecionar cuidadosamente as cores e considerar as suas implicações psicológicas e culturais, pode-se criar uma experiência visualmente profunda e emocionalmente ressonante para o público.

### **c) Forma e Silhueta**

As formas e silhuetas dos figurinos são cruciais na expressão de características, na estética e no enredo. Elas definem personalidade, status social e função na história das personagens, influenciando a percepção do público. A silhueta cria uma identidade visual e impacta a presença da personagem na tela, especialmente quando combinada com elementos visuais como iluminação e cinematografia. O conhecimento da história da moda também auxilia o designer de figurino, pois formas e silhuetas podem comunicar contextos culturais, normas sociais e estados psicológicos.

Como Lurie (2000) argumenta em “A Linguagem das Roupas”, diferentes silhuetas evocam à associações culturais, períodos históricos ou à papéis sociais específicos. Por exemplo, a autora observa que a silhueta em ampulheta da Era Vitoriana simboliza feminilidade e propriedade, enquanto as formas quadradas e angulares dos vestidos das *melindrosas* da década de 1920 representam uma rebelião contra as normas tradicionais de gênero. Lurie enfatiza que formas na moda transmitem mensagens sobre poder, estatuto e identidade, inclusive revelando a origem de alguém pelo traje. Além disso, podem manipular percepções, criar ilusões e questionar normas sociais, como destaca Lurie no excerto:

Além de nos dizer a idade de uma pessoa - ou o que ela deseja aparentar - as roupas podem nos dizer de onde ela vem, fornecendo informações sobre a origem nacional, étnica ou regional. Ou podem nos dizer a que grupo nacional, étnico ou regional seu usuário deseja ser associado <sup>25</sup> (Lurie, 2000, p. 84).

Em suma, a utilização de formas e silhuetas nos figurinos pode expressar informações específicas sobre a personagem, que podem ou não ser verbalizadas na narrativa. Determinadas formas podem afetar a autopercepção do utilizador e influenciar o seu comportamento também. Um exemplo disso é apontado por Landis (2014) em relação à importância do uso de roupa íntima no figurino. A forma e a silhueta do corpo humano são alteradas pelas peças de roupa íntima e também afetam a locomoção, o que pode conferir ainda mais veracidade à atuação e ao vestuário do ator. Como descrito por Landis:

As roupas íntimas afetam a forma e a silhueta do corpo humano. Ao longo da história, homens e mulheres transformaram a sua silhueta usando espartilhos e anáguas, ombreiras, chapéus grandes

---

<sup>25</sup> Tradução livre de: As well as telling us how old someone is - or wishes to seem - clothes can tell us where he or she comes from, providing information about national, ethnic or regional origin. Or they can tell us what national, ethnic or regional group their wearer wishes to be associated with.

e pequenos, saltos altos e baixos. Embora o público nunca veja a roupa íntima, ela afeta a postura do ator e a maneira como ele anda, senta e respira. Uma atriz que usa um espartilho ou cinta de época fica mais desconfortável e fisicamente mais restrita do que se estivesse usando roupas íntimas modernas. [...] Muitas vezes, os figurinos ajudam os atores a descobrir seu personagem <sup>26</sup> (Landis, 2014, p.7).

Assim, podemos também perceber como os figurinos se tornam uma ferramenta poderosa para os espectadores envolverem-se emocionalmente com a história, transmitindo, através das formas e silhuetas dos figurinos, a identidade, classe social e até mesmo o período histórico. A autora Bettina John (2021) afirma que o comprimento do figurino é algo a considerar com muita importância, ilustrando a questão ao comentar como roupas longas, como casacos compridos, têm um impacto diferente das jaquetas *bomber*, que terminam na cintura. Ela destaca que, apesar de parecer uma questão óbvia, a atenção a esses detalhes faz uma grande diferença no figurino e nos seus símbolos.

Algumas silhuetas são figuras recorrentes nos filmes e nos fazem lembrar de personagens específicos, criando símbolos. Em “Fashion in Film” (2011), Munich nos leva a refletir sobre os símbolos do Film Noir, como a silhueta do detetive construída a partir de um chapéu fedora e um *trench coat*, um modelo icônico presente na memória do público. Essa imagem foi construída através de uma série de filmes e continua sendo revisitada nos dias atuais. Na figura 10 a) podemos observar o filme “Murder, My Sweet” de 1944 e em seguida na figura 10 b), o filme “O Barbeiro” de 2001, em ambos são visíveis os símbolos do Film Noir através dos trajés.



Figura 10 - **a)** Figurinos em “Murder, My Sweet” (1944). **b)** Figurinos em “O Barbeiro” (2001). Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à RKO Radio Pictures e DreamWorks Pictures.

Portanto, as formas e silhuetas nos figurinos também podem representar temas e motivos narrativos. Ao criar cuidadosamente figurinos com formas e silhuetas específicas, os designers podem reforçar motivos visuais, destacar contrastes ou estabelecer paralelos visuais no filme.

### **a) Textura e tecido**

A textura e o tecido contribuem para o impacto visual geral dos personagens e ajudam a transmitir as suas personalidades, o seu estatuto social e o contexto da história. A escolha desses elementos

---

<sup>26</sup> Tradução livre de: Undergarments affect the shape and silhouette of the human body. Throughout history, men and women have transformed their silhouette by wearing corsets and petticoats, shoulder pads, large and small hats, low and high heels. Although the audience may never see the underwear, it affects an actor's posture and how they walk, sit and breathe. An actress wearing a period corset or girdle is more uncomfortable and more physically restricted than if she were wearing modern underwear. [...] Often, costumes help actors discover their character.

pode evocar emoções específicas e criar uma experiência tátil e imersiva para o público. No figurino, a textura refere-se às qualidades visuais e táteis dos materiais usados. Bordwell et al. (2020) explicam que os nossos olhos são altamente sensíveis a diferentes cores, formas e texturas, por isso, os contrastes na imagem são utilizados para guiar o olhar do espectador para partes importantes do quadro e assim proporcionar à cena uma qualidade emocionalmente expressiva, seja esta sombria, alegre ou outra.

LoBrutto (2002) afirma que a textura é essencial por uma série de fatores, como criar autenticidade, evocar a idade de algo, retratar o desgaste e o uso, ou até mesmo comprovar a passagem do tempo em cena, além de transmitir condições ambientais. O figurino precisa mostrar que aquele objecto foi utilizado ou existe no tempo e mundo da história. O autor salienta que o objectivo da textura é fornecer contraste e complemento, adicionando realismo e uma sensação tátil ao design. Para convencer o espectador a imergir no universo da história, os materiais devem corresponder ao mundo que pertencem, a prova de idade e uso de um traje e a variedade de texturas comprova que ele se adequa àquele ambiente, do contrário podem apresentar artificialidade e atrapalhar a experiência do espectador:

A vida contemporânea nem sempre parece nova. Idade é carácter, um sinal de vida e experiência. Isso deve ser aplicado a todos os designs de filmes, com cuidado especial para os trabalhos de época em que a equipa de design está usando novos materiais para criar a ilusão de como era a vida, uma vida vivida, em outra época. A textura não se aplica apenas à idade. Superfícies, roupas e materiais arquitetónicos, como a maioria dos outros elementos do design de produção, envolvem textura: lisa, áspera, padronizada, com nervuras, fralda, brilhante, opaca - toda a gama encontrada na vida. É a textura que dá vida a um design. Se um ambiente for plano em termos de tom e textura, ele parecerá artificial. A textura representa materiais, status, riqueza e pobreza 27 (LoBrutto, 2002, p. 92).

Os personagens de filmes geralmente passam por vários desafios, aventuras e eventos da vida, e essas experiências deixam uma marca em seus trajes. As técnicas de envelhecimento, como *distressing*, *weathering* e tingimento, podem simular o desgaste, o desbotamento e a descoloração, fazem com que os trajes pareçam vividos e refletem a jornada da personagem. Por isso, o autor evidencia os processos de envelhecimento de trajes recém-comprados e criados, para que eles não descredibilizem a atmosfera da obra, aparentando terem acabado de sair de uma loja. Um método simples de obter roupas desgastadas, segundo LoBrutto, é adquiri-las em lojas de roupas usadas, onde as peças já foram envelhecidas naturalmente pelo uso e pelo tempo. Envelhecimento de roupas novas pode gerar um grande gasto de água, técnicas de lavagem consecutivas são comuns para esse método, gerando um enorme desperdício. Portanto além de econômico e prático, utilizar roupa de segunda mão a fim de proporcionar uso e idade a um traje é extremamente válido.

---

<sup>27</sup> Tradução livre de: Contemporary life doesn't always look new. Age is character, a sign of life and experience. This must be applied to every film design with special care given to period works where the design team is using new materials to create the illusion of what life, a lived-in life, looked like in another era. Texture does not only apply to age. Surfaces, clothes, and architectural materials, like most other elements of production design, involve texture: smooth, rough, patterned, ribbed, nappy, shiny, dull—the full range as found in life. It is texture that brings life to a design. If a set is flat in tone and texture, it will appear as artificial. Texture represents materials, status, wealth, and poverty.

A escolha do tecido nos figurinos é influenciada por fatores como personalidade, ocupação, estatuto social e contexto da história. Num filme de época, por exemplo, um camponês do século XVII não usaria seda ou tecidos nobres, figurinos feitos de materiais ásperos, como linho ou lã, podem capturar a autenticidade histórica e a rusticidade da época, adicionando realidade à história. Além disso, os materiais naturais, como algodão, seda e lã, têm a capacidade de transmitir sensações diferentes em comparação com materiais sintéticos. Cada tipo de tecido possui propriedades únicas que afetam como ele se movimenta diante da câmera e interage com a luz. Um aspecto importante dos tecidos é o seu apelo visual, já que eles variam em textura, cor, padrão e brilho, o que pode modificar consideravelmente a aparência geral de um figurino.

La Motte (2001) distingue os tipos de tecidos em dois grupos em relação ao seu comportamento perante a câmera, sendo estes: os absorventes de luz e os refletores de luz. O autor afirma que a maioria dos tecidos naturais é absorvente de luz, exceto a seda e alguns tipos de algodão cru e o linho. Já a maior parte dos tecidos sintéticos é refletora, como o viscose, poliamida, cetim e poliéster. Ele explica como cada um desses efeitos pode representar diferentes personagens e significados no excerto a seguir:

Os materiais que refletem a luz podem parecer elegantes - como uma mulher em um vestido de seda em uma sala cheia de smokings pretos - ou, devido ao seu brilho, podem parecer baratos se usados em excesso. Para roupas de época, há boas diretrizes a serem seguidas: a classe baixa usa roupas absorventes de luz (sem brilho), a classe alta usa roupas refletoras de luz (sedas com ouro ou prata e detalhes em pele). O gangster usa um fato de seda brilhante, o juiz sóbrio usa um fato de lã cinza com acabamento fosco e a esposa usa um vestido preto simples. Enquanto a prostituta obviamente está vestida com calção de lamé dourado e botas de vinil, o cowboy simples usa um colete cor de terra e o apostador usa brocado de seda 28 (La Motte, 2001, p. 51).

A escolha do tecido pode comunicar visualmente a história da personagem, aprimorando a sua representação e comunicando ao público facetas da personagem que não precisam ser verbalmente faladas. Outro aspecto da escolha do tecido apontado por John (2021) é no que se refere a filmes de época, já que muitos tecidos e cores que existem hoje não existiam em certas épocas, um destes exemplos é a ganga, que apesar de muito popular na atualidade só foi criado no século XIX e foi inicialmente utilizado por mineiros e outros trabalhadores (Bass-Krueger, 2021). Assim John ressalta que quanto mais antigo o período, mais limitado serão as cores e tecidos disponíveis se o propósito da obra for verossimilhança. Por essas questões, John sugere a utilização de roupas vintage, utilizando tecidos que realmente foram produzidos na época.

Os tecidos são selecionados não apenas por seu significado simbólico, mas também por questões práticas, como conforto e mobilidade para os atores. Tecidos respiráveis, flexíveis e duráveis são preferidos para cenas de ação ou papéis fisicamente exigentes, garantindo que os figurinos atendam às necessidades práticas sem comprometer a estética. Em produções maiores, múltiplos

---

<sup>28</sup> Tradução livre de: Light reflective materials can look elegant - as in a woman in a silk dress in a room full of black tuxedos - or because of its shine, can look cheap if overused. For period clothing here are good guidelines to follow: the lower class wears light absorbent (dull), the upper class wears light reflective (silks with gold or silver and fur trim). The gangster wears a shiny silk suit, the sober judge wears a gray wool matte-finish and the wife wears a simple black dress. While the hooker is obvious in gold lamé shorts and vinyl boots, the simple cowboy wears a dirt-colored vest and the gambler wears silk brocade.

trajes idênticos podem ser feitos devido ao desgaste durante as filmagens ou diferentes versões com pequenas modificações, com maior sujeira, para acompanhar o desenvolvimento da narrativa.

Landis (2014) também alerta sobre as escolhas de tecidos, texturas e padrões devido aos seus efeitos diante da câmara, tecidos com pequenos padrões, xadrez e cores semelhantes às tonalidades do *Chroma key*<sup>29</sup> são evitados. Landis destaca que “os padrões e as texturas que ficam ótimos pessoalmente podem ter uma aparência bem diferente quando fotografados. Quando ampliados numa tela de cinema de 12 metros de largura, determinados tecidos podem distrair demais uma cena.”<sup>30</sup> (p. 7). Para evitar esses problemas, Landis enfatiza a importância da colaboração entre cinegrafistas e designers de figurino, além de sugerir a realização de testes de câmara e iluminação antes das filmagens.

Podemos concluir que o tecido é um elemento fundamental no design de figurinos para filmes. Para exemplificar o impacto da textura e do tecido numa obra cinematográfica, é analisado o filme “*Mad Max: Estrada da Fúria*” (2015). O uso de texturas e tecidos nos figurinos do filme auxiliam na criação do mundo pós-apocalíptico, os trajes refletem o ambiente hostil, árido e corajoso, assim como as personalidades únicas das personagens.

A designer de figurino Jenny Beavan utilizou tecidos e materiais que transmitiam uma sensação de robustez, durabilidade e sobrevivência. Em entrevista a designer de figurino relata o uso de diversos materiais invulgares nos trajes: “Peças de carros velhos, talheres velhos. Então, recebi da Austrália cerca de 200 caixas de sucata. Óculos de proteção velhos, pedaços de munição velhos, apenas coisas, e montamos uma sala de trabalho”<sup>31</sup> (Beavan, 2016). Essas escolhas não apenas representam visualmente o mundo desolado e severo do filme, que se passa numa realidade pós-apocalíptica, mas também enfatizam a resistência e a engenhosidade das personagens. As texturas rasgadas e remendadas são predominantes, mostrando a natureza desgastada das roupas e destacando a existência das personagens marcada pela luta e pela precariedade. Ainda, o uso de tecidos texturizados, como peles artificiais, acrescenta profundidade e dimensão aos trajes. Beavan também menciona a funcionalidade dos trajes nas cenas de corrida foram gravadas no deserto, com o perigo da movimentação da areia, óculos de proteção foram incorporados nos figurinos, garantindo a segurança dos atores. Os figurinos podem ser observados na figura 11:

---

<sup>29</sup> A técnica de Chroma Key é um recurso visual utilizado para sobrepor uma imagem a outra, através da supressão de uma cor pré-determinada, como verde, para eliminar o fundo de uma imagem, permitindo isolar os personagens ou objectos de interesse, que podem ser combinados com uma outra imagem de fundo.

<sup>30</sup> Tradução livre de: Patterns and textures that look great in person may appear quite differently when photographed. When magnified on a movie screen 40 feet wide, certain fabrics may be too distracting for a scene.

<sup>31</sup> Tradução livre de: Old car parts, old cutlery. So, I got from Australia something like 200 boxes of junk. Old goggles, old bits of ammunition, just stuff, and we set up a workroom.



Figura 11 - Figurinos em “Mad Max: Estrada da Fúria” (2015). Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à Warner Bros.

O uso estratégico de textura e tecido nos figurinos de “*Mad Max: Estrada da Fúria*” não só acrescenta interesse visual, mas também aprimora a narrativa geral e o desenvolvimento das personagens. Isso cria um universo crível, permitindo que o público se conecte com os personagens e a sua luta pela sobrevivência. Dessa forma, ao utilizar habilmente a textura e o tecido, os designers de figurino podem aprimorar as características das personagens, retratar o seu estatuto social, refletir o ambiente e apoiar os elementos da narrativa. Os trajes dão vida aos figurinos, criando uma linguagem visual que se comunica para além das palavras e aprofunda a conexão do público com as personagens e a narrativa. De um modo geral, a textura e o tecido são elementos essenciais no design de figurinos, pois acrescentam profundidade, interesse visual e autenticidade às personagens e ao seu mundo.

### **2.3.2 Simbologia do figurino numa obra cinematográfica**

Os figurinos podem ser poderosos veículos de simbolismo, uma vez que são altamente visíveis e intimamente ligados às identidades e jornadas dos personagens. Como foi discutido nos tópicos anteriores, existem várias maneiras de incorporar simbolismo aos figurinos, seja através de formas, cores, iluminação ou texturas. A compreensão do simbolismo no design do figurino requer um entendimento de referências culturais e históricas, bem como uma análise do contexto específico do filme. As interpretações simbólicas podem variar dependendo das origens culturais e das experiências pessoais, adicionando camadas de complexidade ao impacto do figurino.

Iglecio e Italiano (2012) evidenciam a importância de uma formação cultural que o designer de figurino deve diligenciar ter. Através da observação cuidadosa de pessoas comuns, tribos urbanas ou simplesmente dos gestos e comportamentos do mundo ao seu redor, é possível enriquecer a complexidade do figurino e, por consequência, da personagem a ser criada. A inspiração vinda de pessoas comuns, como uma criança ou um vizinho são válidas para encontrar referências visuais. O figurino vai além de uma simples vestimenta, ele faz parte da atuação do ator e pode ajudá-lo a conectar-se com a personagem. Iglecio e Italiano mencionam que o figurino é um elemento comportamental indispensável para o ator, pois é através dele que ocorre o reconhecimento das personagens. As autoras ainda apontam que os trajes são sagrados para alguns atores, podendo se assemelhar a vestimentas rituais. E não apenas o figurino das personagens principais exige

esforço, os seres ao redor também possuem grande importância para o enriquecimento e imersão, tanto dos atores quanto do espectador. La Motte (2001) destaca essa questão:

Toda a existência material é apenas um símbolo dos princípios invisíveis que a trouxeram à existência. O simbolismo é a raiz do design de figurinos teatrais. Os figurinos se tornam metáforas para o caráter de seus personagens. As roupas refletem o tempo, a ação, as condições da estação e até mesmo o tumulto interno dos personagens na tela, enquanto os trajes de fundo criam o mundo que os personagens permanecem habitando 32 (La Motte, 2001, p. 48).

Logo, pensar o figurino de um filme requer atenção meticulosa, pois ele é responsável por criar o ambiente e a definir as personagens. Os figurinos de fundo estabelecem a atmosfera e o contexto da história, fornecendo pistas visuais sobre a época, o lugar e as emoções das personagens secundárias. Além disso, os figurinos são carregados de simbolismo, refletindo não apenas as condições históricas, mas também as jornadas internas das personagens, revelando suas personalidades, motivações e emoções.

A criação de figurino cinematográfico difere significativamente da moda quando se trata de seu simbolismo, pois o figurino possui um aspecto único de conexão com um texto. Acom (2016) recontextualiza uma teoria do tradutor e poeta Haroldo de Campos, conhecida como “tradução criativa”, que se refere ao ato de recriar textos através de uma nova linguagem. Acom discute sobre o processo de traduzir o texto para a roupa, afirmando que “ao pensarmos a passagem inter-semiótica de uma forma escrita para um signo vestível, temos a função do designer de figurino: transformar matéria, transmutar papel, conteúdo de um roteiro ou peça de teatro em imagens, criar materialidades em vestes.” (Campos, 2011, como citado em Acom, 2016, p.6). Essa transcrição envolve a interpretação e reimaginação criativa do designer de figurino, que utiliza o texto como base para expressão à personagem através do vestuário e adereços utilizados em cena. O figurino é uma ferramenta dramática que auxilia na comunicação da narrativa, das emoções e da psicologia das personagens. Ao transcrever o texto em figurino, o designer procura criar uma conexão visual entre a personagem e sua identidade.

Acom ressalta a importância da escolha de diferentes materiais e mecanismos que transitam entre os campos conceituais e simbólicos. Durante o processo de tradução e operacionalização do figurino, que começa com a análise minuciosa do texto original, os elementos que caracterizam uma personagem são extraídos e concretizados em trajes cênicos. Ela explica que à medida que a tradução ocorre, o texto original vai se dissipando, e a criação do figurino passa a estabelecer ressonâncias através de materiais e seus símbolos. O encontro entre o designer de figurino e os elementos concretos do figurino, como tecidos, cores, texturas e acessórios, resulta numa nova forma de expressão visual e simbólica.

O guião de um filme possui nuances que também podem ser retratadas fisicamente nas personagens, como uma mudança no pensamento da personagem ou um desenvolvimento de sua

---

<sup>32</sup> Tradução livre de: All material existence is only symbolic of the invisible principles that have brought it into being. Symbolism is the root of theatrical costume design. Costumes become metaphors for your characters' character. The clothes reflect the time, action, station conditions, and even inner turmoil of your screen characters, while the background costumes create the world that remain characters populate.

personalidade. John (2021) comenta sobre a importância de tornar física as mudanças das personagens, podendo ser subtis ou significativas, refletindo os acontecimentos e a evolução dos personagens durante a história. Os figurinos, juntamente com o cenário e a iluminação, ajudam a retratar a transformação do clima ao longo do tempo. Portanto, o designer de figurino deve compreender a narrativa para conseguir retratá-la, como John ressalta no excerto a seguir:

A jornada de cada personagem precisa ser discutida para entender as necessidades dos costumes, incluindo mudanças práticas, como a necessidade de um casaco, carteira ou chapéu. É importante identificar a jornada pessoal pela qual cada personagem passa em uma peça. Além disso, itens adicionais do figurino, como jaqueta, chapéu ou bolsa, podem ser usados como uma oportunidade de comunicar algo mais ao público sobre o personagem ou o estado de espírito. Cada item individual do figurino tem o potencial de contar uma história 33 (2021, p. 130).

Podemos perceber neste excerto que as mudanças não precisam ser drásticas, muitas vezes, acessórios e adereços desempenham esse papel. A escolha e a evolução dos figurinos ao longo da narrativa são fundamentais para desenvolver as personagens, a história e criar conexões emocionais com o público.

Um grande exemplo de tradução do texto para o figurino de forma simbólica é a série televisiva “*A História de uma Serva*” (2017 – presente), baseada no livro da autora Margaret Atwood. A sociedade distópica retratada no livro, onde as mulheres são categorizadas e oprimidas com base em suas roupas, requeria que os figurinos na série transmitissem temas de poder, controle, identidade e resistência. As Servas, personagens centrais, usam roupas vermelhas e toucas brancas. O vermelho simboliza fertilidade e perigo, destacando seu papel como geradoras de filhos para a classe dominante, enquanto recorda a opressão e a violência que enfrentam. As toucas brancas representam a perda de individualidade e autonomia, ao cobrir seus rostos e restringir sua visibilidade. Em contraponto, as Esposas, mulheres dos comandantes da elite cujos filhos são gerados pelas Servas, vestem-se em azul. O azul tradicionalmente simboliza pureza, lealdade e autoridade, o que, no contexto da série, destaca a posição privilegiada dessas mulheres. Suas roupas azuis enfatizam sua autoridade, criando um contraste com os trajes vermelhos das Servas, acentuando a dinâmica de poder entre os grupos. A designer de figurino da série, Natalie Bronfman, enfatiza que as cores refletem a posição social (Bronfman, 2019). Os comandantes vestem preto, enquanto outros grupos usam verde e cinza, atribuindo às cores um significado. Apesar da diversidade de cores, elas permanecem sombrias e escuras, em consonância com o universo degradante retratado na obra.

No entanto, o simbolismo dos trajes de “*A História de uma Serva*” vão além das cores, simbolizando a perda de autonomia pessoal e a rígida hierarquia social do mundo distópico da série. As silhuetas desempenham um papel importante, muitas vezes evocando temas religiosos e mentalidades antiquadas. As Esposas, por exemplo, usam vestidos inspirados na era do *mid-*

---

<sup>33</sup> Tradução livre de: The journey of each character needs to be discussed to understand the custom needs, including practical changes, such as the need for a jacket, purse or hat. It is important to identify the personal journey each character goes through in a play. Furthermore, additional costume items such as the jacket, hat, or purse, can be used as an opportunity to communicate something further to the audience about the character or mood. Each individual costume item itself has the potential to tell a story.

century<sup>34</sup>, uma época em que as donas de casa eram fortemente idealizadas e recatadas. Os figurinos também refletem lutas internas e resistência. Pequenos detalhes ou alterações nos trajes, como mensagens ou acessórios ocultos, transmitem atos de rebeldia, desafio ou solidariedade entre as personagens oprimidas. Ao longo das cinco temporadas, os figurinos evoluíram para acompanhar os eventos da narrativa, desde transformações individuais até modificações em grandes grupos.



Figura 12 - Figurinos em “A História de uma Serva” (2017-presente). Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à Hulu.

Assim, os figurinos de “*A História de uma Serva*” incorporam um simbolismo poderoso para enriquecer a narrativa e abordar temas profundos nas temporadas. As cores, as formas e a uniformidade dos figurinos reforçam as emoções e a dinâmica social das personagens. Esses trajes simbólicos oferecem uma visão mais profunda do mundo ficcional e das lutas dos seus habitantes. O tema feminista da série transcendeu as telas, com os icônicos trajes vermelhos e capas brancas das Servas sendo adotados em protestos reais como símbolos de resistência à opressão e desigualdade de gênero. Essa apropriação dos figurinos destaca o poder simbólico do vestuário e sua capacidade de promover mensagens políticas e conscientização. Os figurinos de “*A História de uma Serva*” tornaram-se um símbolo globalmente reconhecido, ampliando as vozes daqueles que buscam mudanças sociais significativas (Beaumont & Holpuch, 2019).

### 2.3.3 O processo de um figurino

A produção de figurinos em filmes é um processo meticuloso e colaborativo, essencial para dar vida às personagens e à narrativa visual. Os designers de figurino trabalham com realizadores, designers e uma equipa de artesãos para criar figurinos que capturem a essência das personagens e a história do filme. Isso envolve pesquisa, design, seleção de tecidos, construção e ajustes. Os figurinos não só refletem as personalidades e antecedentes das personagens, mas também contribuem para a estética visual geral e ajudam a transmitir temas e emoções. Neste tópico, será aprofundado a produção de figurinos, do conceito para o ecrã.

---

<sup>34</sup> O movimento mid-century abrange as décadas de 1940 a 1960 e foi influenciado por correntes artísticas e culturais após a Segunda Guerra Mundial, influenciando a arquitetura e o design.

Para começar, é importante compreender a cadeia de produção de um filme e as etapas que devem ser seguidas na produção cinematográfica. Bordwell et al. (2020) explicam as principais etapas: em primeiro lugar, há o Desenvolvimento do Guião e Financiamento do projeto, onde a ideia do filme é apresentada num guião e ocorre a angariação de fundos para a produção do projeto; em seguida, há a preparação para as Rodagens, também conhecida como Pré-produção, onde ocorre o planeamento e a produção física de tudo o que é necessário para filmar, incluindo cenários e figurinos; depois, há as Rodagens, onde ocorre a gravação de imagem e som do filme; por fim, há a Montagem, que é o momento em que o material produzido é combinado, cortado e reunido. A última etapa do filme também é chamada de Pós-produção (Barsam e Monahan, 2016), durante a qual não só o filme é editado, mas também ocorrem as finalizações dos outros departamentos, como o Som. Para as equipas de cenário e figurino a desmontagem é chamada de Desprodução.

A visão artística principal de uma obra cinematográfica é a do realizador, que organiza toda a ideia criativa e orienta os restantes departamentos. O designer de figurino inicia o seu trabalho depois de existir uma ideia inicial por parte do realizador, sendo essencial um diálogo intenso entre ambos, como destacado por John (2021). John também sublinha que determinados realizadores possuem estilos específicos, e isso deve ser tido em conta pelo designer de figurino, por isso o relacionamento entre o designer e o diretor é de extrema relevância na produção. Sendo comum realizadores e designers fazerem uma jornada criativa e desenvolverem a sua experiência conjunta ao longo de várias produções, um exemplo já citado anteriormente<sup>35</sup> foi a colaboração de anos entre Edith Head e Alfred Hitchcock, mas também vemos essa conexão com Colleen Atwood e Tim Burton.

LoBrutto (2002) afirma que há três pessoas de maior importância num filme, chamando-as de Trindade, que são o Realizador, o Diretor de Fotografia e o Diretor de Arte (também conhecido como Designer de Produção)<sup>36</sup>. Para um Designer de figurino, o Diretor de Arte é a pessoa com quem mais se estabelece proximidade e necessidade de trabalhar em colaboração. De acordo com LoBrutto, o Diretor de Arte é o responsável pelo departamento de arte, planeando o ambiente físico, os cenários e escolha dos espaços de rodagens, além de supervisionar o figurino, o design de cabelo e maquilhagem. Assim, o designer de figurino depende das suas perceções e ideias sobre o filme para realizar o seu trabalho. Após a reunião de ideias entre o Realizador e o Diretor de Arte, o designer de figurino inicia o seu trabalho, conforme explicado por LoBrutto:

Historicamente, o designer de figurino entra em um filme depois do designer de produção, que começa no início do processo. O conceito de cor e textura foi estabelecido e acordado entre o diretor e o diretor de arte. Quando o designer de figurino entra no projeto, o diretor de arte informa a ele

---

<sup>35</sup> Citado no tópico 2.1 Enquadramento Histórico.

<sup>36</sup> Há divergências quanto a denominação de Diretor de Arte, em muitos lugares do mundo o Diretor de Arte e o Designer de Produção são a mesma pessoa, enquanto outros lugares o Designer de Produção é um posto superior e supervisiona todas as áreas da Arte, enquanto o Diretor de Arte cuida apenas dos Cenários de um filme. Nessa dissertação não entraremos nesta discussão e assumiremos que são a mesma pessoa.

os parâmetros das cores em que o filme será ambientado. O designer de figurino pega amostras do esquema de cores e começa a desenhar as roupas dos personagens 37 (LoBrutto, 2002, p. 54).

Apesar do designer de figurino depender intrinsecamente da visão desses dois criadores, o designer também possui uma participação ativa e deve trabalhar em estreita colaboração com o texto (o guião), a fim de perceber todas as nuances e desenvolver a conceção dos figurinos com a sua própria visão do texto.

O processo inicial de criação de um filme, ao contrário de uma coleção de moda, é um trabalho conjunto que envolve não apenas aspetos práticos, mas principalmente criativos. O trabalho do designer de figurino abrange uma variedade de tarefas, desde a análise do guião e pesquisa até o desenvolvimento criativo, a elaboração do design e a supervisão ao longo de todo o filme. Essas atividades são essenciais para criar e manter a integridade visual das personagens e do filme como um todo. Para entender esse processo, examinaremos a descrição feita por La Motte (2001) sobre a criação geral do figurino para uma obra cinematográfica, conforme a Tabela 1, analisando cada ponto relevante conforme abordado pelo autor e outros estudiosos do assunto:

<p><b>A.</b> Participar de reuniões de pré-produção e produção.</p> <p><b>B.</b> Interagir com produtores, realizador, diretores e atores.</p> <p><b>C.</b> Ter conhecimento do detalhamento do guião.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Análise do guião e delineamento e progressão de personagens.</li> <li>2. Definir requisitos especiais do guião no que se refere a figurinos.</li> <li>3. Orçamento preliminar</li> </ol> <p><b>D.</b> Pesquisa.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Traduzir um desenho ou fotografia unidimensional num traje tridimensional.</li> </ol> <p><b>E.</b> Desenvolvimento criativo.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Design do conceito.</li> <li>2. Reunir-se com ator, produtor e realizador.</li> <li>3. Determinar quais peças de vestuário devem ser feitas e quais devem ser selecionadas de peças existentes.</li> <li>4. Esboços.</li> <li>5. Colaboração com a equipa de produção.</li> </ol>	<p><b>F.</b> Realização do design.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidade de explicar à equipa de trabalho como o traje deve ser construído.</li> <li>2. Conhecimento dos tecidos apropriados.</li> <li>3. Acompanhar a criação do traje desde o início até a conclusão.</li> </ol> <p><b>G.</b> Supervisionar os ajustes.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicar o design ao cortador/alfaiate e à equipa.</li> </ol> <p><b>H.</b> Durante a produção do filme.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deve estar presente para estabelecer o visual do personagem.</li> <li>2. Deve estar presente para mudar o visual do personagem se houver um conflito no set.</li> <li>3. Manter a integridade do visual do filme.</li> <li>4. Criar visuais para os atores do dia e para os atores em destaque.</li> <li>5. Tomar decisões para as rodagens do dia seguinte.</li> <li>6. Manter-se a par das mudanças no roteiro.</li> </ol>
---	--

Tabela 1 - Processo de um figurino. Fonte: La Motte, 2001, p. 45 e 46.<sup>38</sup>

O processo descrito por La Motte apresenta uma lista de atividades e responsabilidades relacionadas ao trabalho do designer de figurino durante o processo de produção de um filme, destacando uma etapa ou função específica. Após as primeiras reuniões com Realizador, Diretores e restante da equipa para alinhamento de ideias já existentes, o início do processo de

<sup>37</sup> Tradução livre de: Historically the costume designer comes onto a film after the production designer, who begins early on in the process. The color and texture concept has been established and agreed upon by the director and production designer. When the costume designer comes on the project, the production designer tells him the parameters of the colors the film will be set in. The costume designer takes samples of the color scheme and begins to draw designs for the characters' costumes.

<sup>38</sup> Tradução livre de: A. Attend preproduction and production meetings. B. Interfaces with producers, directors, and actors. C. Have a knowledge of script breakdown. 1. Script analysis and character delineation and progression. 2. Define special requirements of script as it pertains to costumes. 3. Preliminary budget. D. Research. 1. Translate a one-dimensional drawing or photograph into a three-dimensional costume. E. Creative Development. 1. Design concept. 2. Meet with actor, producer, director. 3. Determine which garments should be made and which should be selected from existing garments. 4. Sketching. 5. Collaborate with production team. F. Realizing the design. 1. Ability to explain to workroom how costume is to be constructed. 2. Knowledge of appropriate fabrics. 3. Followed the creation of the costume from inception to completion. G. Preside over fittings. 1. Communicate design to cutter/fitter and staff. H. During film production. 1. Must be present to establish the look of the character. 2. Must be present to change the look of the character if there is a conflict on the set. 3. Maintain the integrity of the look of the show. 4. Create looks for day and featured players. 5. Make decisions for the next day's filming. 6. Keep abreast of script changes.

criação para o designer de figurino ocorre pela análise do Guião, identificando as personagens e a sua progressão ao longo da história.

Um filme é construído em torno de um elemento central: o guião, um texto que abarca toda a história que será contada na tela. Este guião representa a matéria-prima fundamental da produção cinematográfica, e o Realizador é o principal artífice encarregado de trazê-lo à vida. Este documento é extenso em sua descrição dos diálogos, das ações e dos elementos visuais que compõem o filme, tudo num formato específico. Nele, encontramos minuciosas descrições das cenas, locações e personagens, além de direcionamentos detalhados para os atores e a equipa de produção. A análise atenta deste guião é uma etapa crítica no início do processo de criação dos figurinos, sendo fundamental para capturar e organizar todas as informações relevantes.

É neste momento que as questões iniciais são esclarecidas, e, se necessário, devem ser pedidas mais especificações ao Realizador ou Diretor de Arte. Viana e Pereira (2015) enumeram uma série de perguntas a serem respondidas, como questões sobre a localização geográfica, o clima ou a estação do ano, a idade da personagem, a identidade de género, a ocupação e a posição social, bem como a hora do dia ou ocasião em que a história ocorre. John (2021) menciona mais alguns pontos-chave a serem analisados na leitura do guião, como a estrutura dramática e o humor e atmosfera da obra.

Seguindo o processo de criação, Anderson e Anderson (1984) abordam a importância dos documentos iniciais, como o Detalhamento de Cena e a Lista de Figurinos. No Detalhamento de Cena, as aparições das personagens ao longo da narrativa são mapeadas, especificando quando e como ocorrem as mudanças de figurino em cada cena. A Lista de Figurinos, por sua vez, quantifica os trajes necessários durante todo o filme. Estes documentos, juntamente com as discussões com o Realizador e Diretores, proporcionam uma visão geral do projeto, incluindo seu tamanho, complexidade, tempo necessário e mão-de-obra envolvida, permitindo a elaboração de um Orçamento. A quantidade de documentos e seus nomes podem variar, dependendo da escala do projeto. Além dos gastos diretos na produção de figurinos, o Orçamento, conforme ressaltado por La Motte (2001), deve incorporar outros elementos, como despesas de transporte dos trajes, serviços de lavanderia, suprimentos para as filmagens, entre outros.

O próximo passo é o de Pesquisa, esta etapa permite ao designer de figurino desenvolver uma compreensão profunda das personagens, suas personalidades, histórias de vida, ocupações e estatuto social. Isso auxilia na criação de trajes que sejam autênticos e coerentes com a história e as personagens. Iglecio comenta que:

A pesquisa é fundamental para os designers de figurino e para o processo de criação dos trajes de cena, seja num roteiro de época ou num roteiro contemporâneo. Faz parte da metodologia do trabalho do designer de figurino um amplo tipo de pesquisas: pesquisa histórica, de campo (quando possível), de hábitos, comportamental, de costumes, de gestos, cultural, de cores, de materiais, de moda e orçamentária. Somente a partir destas diretrizes, o designer de figurino começa a procura de referências para a criação do figurino (Iglecio, 2012, p. 3).

Assim sendo, a pesquisa também ajuda o designer de figurino a explorar novas abordagens, inspirações e referências que possam enriquecer a criação dos figurinos. Iglecio também ressalta

que a pesquisa visual pode ser feita em livros, internet, revistas, álbuns de fotografias, capas de discos e até fotos de pessoas nas ruas. A autora Deirdre Clancy (2014), grande designer de figurino britânica e ganhadora de diversos prêmios na área, relata como se dá a sua pesquisa, e ela aponta a importância de pesquisar outros tipos de artes plásticas:

Utilizo uma grande variedade de materiais visuais: Pinturas, esculturas, fotografias, pedaços de tecido e cerâmica são todos úteis, assim como revistas e catálogos. É preciso pensar lateralmente ao identificar as fontes: realmente não há substituto para uma mente inquiridora. Você precisa relacionar o que estiver fazendo com seu conhecimento social mais amplo 39 (Clancy, 2024, p. 51).

Com o excerto é realçada a importância da utilização de uma ampla variedade de materiais visuais na investigação e inspiração para o trabalho criativo, com a necessidade de pensar de forma abrangente e curiosa, relacionando o trabalho com o conhecimento social mais amplo. Marques e Almeida (2018) enfatizam a importância de considerar o perfil psicológico de cada personagem durante a pesquisa e criação dos figurinos, incorporando informações sobre a personagem e as características físicas do ator. Além disso, destacam que o figurino é apenas um dos diversos elementos na linguagem cinematográfica. Elementos como tempo, espaço, som, luz e figurino colaboram para moldar a experiência comunicativa do filme. Portanto, o designer de figurinos deve cuidadosamente coordenar o figurino com esses elementos visuais e narrativos, garantindo uma harmonia entre todos os aspectos da produção.

Iglecio (2021) indica que após terminada a pesquisa, inicia-se o processo de esboço dos croquis, estudo das cores, pesquisa de tecidos, materiais e tudo o que se refere à vestimenta em si. É também durante esse processo, analisando o Orçamento e questões criativas, que o designer escolhe a maneira que os figurinos serão produzidos. Os designers de figurino podem decidir entre comprar, alugar ou realizar o design desde o início e fabricar os figurinos de um filme (Landis, 2015). Comprar em instituições de caridade, lojas vintage ou de roupas seminovas pode ser um bom caminho caso o orçamento não seja extenso (Clancy, 2014).

Com a etapa de esboços e idealização dos figurinos, John (2021) e Clancy (2014) destacam a importância da criação de *moodboards* para organizar as referências e começar a delinear o caminho da criação. Clancy descreve os *moodboards* como “uma colagem de imagens de referência com retalhos de tecido, fotos úteis e imagens de pinturas inspiradoras, talvez complementadas com esboços ocasionais.”<sup>40</sup> (p. 79). *Moodboards* ajudam a solidificar a visão criativa do designer de figurino e a compartilhá-la com a equipa de produção, incluindo realizadores, diretores, produtores e outros membros-chave. Além disso, Clancy argumenta que criar um *moodboard* pode ser mais eficaz no processo de produção de figurinos do que apenas criar croquis, especialmente quando os figurinos serão comprados ou alugados, pois é improvável encontrar peças exatas correspondentes aos desenhos. Ter um plano geral do visual desejado é

---

<sup>39</sup> Tradução livre de: I use a wide range of visual material: Paintings, sculpture, photographs, bits of fabric and pottery are all useful, as are magazines and catalogs. One needs to think laterally in identifying sources: there really is no substitute for an enquiring mind. You need to relate whatever you're doing to your wider social knowledge.

<sup>40</sup> Tradução livre de: A mood board is a collage of reference pictures with scraps of fabric, useful photos and images of inspiring paintings, perhaps heightened with occasional sketches.

mais vantajoso, permitindo encontrar peças que se ajustem à estética planejada. Os *moodboards* reúnem imagens e referências que transmitem intenções estéticas, estilo, paleta de cores, texturas e detalhes específicos, como acessórios e adereços. Eles servem como referências visuais para discussões, decisões de design e garantem a consistência estilística na produção.

O desenho é fundamental no design de figurinos, permitindo que o designer comunique suas ideias visualmente e transmita suas intenções de forma eficaz (Clancy, 2014). Os croquis capturam a essência estética dos trajes e permitem a exploração de formas, silhuetas, cores e texturas, refinando os conceitos antes da construção. Clancy também enfatiza a importância do domínio do desenho, incluindo o estudo da figura humana para compreender diversos tipos de personagens e sugere o uso de um *sketchbook* para coletar imagens de referência (2014). As autoras Ingham e Covey (1992) comentam sobre a relevância da realização de desenhos preliminares e a criação de uma Paleta de Cores. Elas apontam o processo de desenho como indispensável para o design, conectando ambos: “o processo de desenho é o processo de design. Um esboço não é uma ilustração de um design, é um design”<sup>41</sup> (Ingham e Covey, p. 69). No que se refere à Paleta de Cores, as autoras enfatizam que decidir tons, valores e intensidades das cores que estarão presentes nos figurinos e experimentar diferentes esquemas de cores são essenciais para a criação. John (2021) enfatiza o uso das paletas de cores nos figurinos, tanto de forma individual como conjunta, como pode ser visto no excerto a seguir:

Cada personagem precisa ser examinado com relação à sua paleta de cores individual, que também precisa funcionar dentro da paleta de cores geral. A cor é uma ferramenta poderosa. É a pista mais óbvia para o público entender as relações entre os personagens, como personagens principais e coadjuvantes<sup>42</sup> (John, 2021, pág. 126).

As paletas de cores individuais, como mencionado anteriormente, tem a capacidade de evocar emoções, transmitir simbolismo e refletir a personalidade das personagens. Devem considerar o histórico, função na narrativa e impacto desejado no público. Além disso, devem harmonizar-se com o esquema geral de cores da produção, contribuindo para a harmonia visual em todos os elementos, incluindo cenário, iluminação e cinematografia.

Com os desenhos e esquemas de cores prontos, o trabalho passa pela aprovação do Realizador e dos Diretores, e enfim as peças serão produzidas ou adquiridas de acordo com o design pretendido. Após a aprovação todas as informações do figurino, incluindo *moodboards*, desenhos, paleta de cores, amostras de tecido, imagens de referência e notas, devem estar facilmente acessíveis para toda a equipa, preferencialmente de forma online (John, 2021).

Em grandes produções cinematográficas, há uma extensa equipa dedicada ao figurino, conhecida como departamento de Guarda-Roupa. A comunicação entre esta equipa deve ser clara e direta. O designer de figurino lidera o departamento, planejando, pesquisando, projetando e

---

<sup>41</sup> Tradução livre de: The process of sketching is the process of designing. A sketch is not an illustration of a design, it is a design.

<sup>42</sup> Tradução livre de: Every character needs to be examined with regard to their individual color palette, which also needs to work within the overall color palette. Color is a powerful tool. It is the most obvious clue for an audience to understand character relations, such as main characters and supporting characters.

supervisionando o processo de criação dos figurinos. Além do designer de figurino, a equipa de guarda-roupa inclui outros profissionais especializados, como assistentes de designer de figurino, estilistas, costureiros, alfaiates, aderecistas e profissionais de maquilhagem e cabelo. Cada membro da equipa possui um papel específico no processo de criação dos figurinos, desde a pesquisa e aquisição de roupas e acessórios até à realização de ajustes, modificações e customizações necessárias para garantir o ajuste perfeito e a aparência desejada. A colaboração e a comunicação eficazes são fundamentais dentro da equipa do departamento de Guarda-Roupa. Eles trabalham em estreita colaboração com outros departamentos, como o de Cenografia, para garantir a harmonia visual entre os figurinos, cenários e iluminação. Ademais, a equipa de guarda-roupa também colabora com o elenco, compreendendo as suas necessidades e preferências individuais. Algumas das funções existentes no departamento de Guarda-Roupa são mencionadas por John (2021) num quadro de posições representado na figura 13.

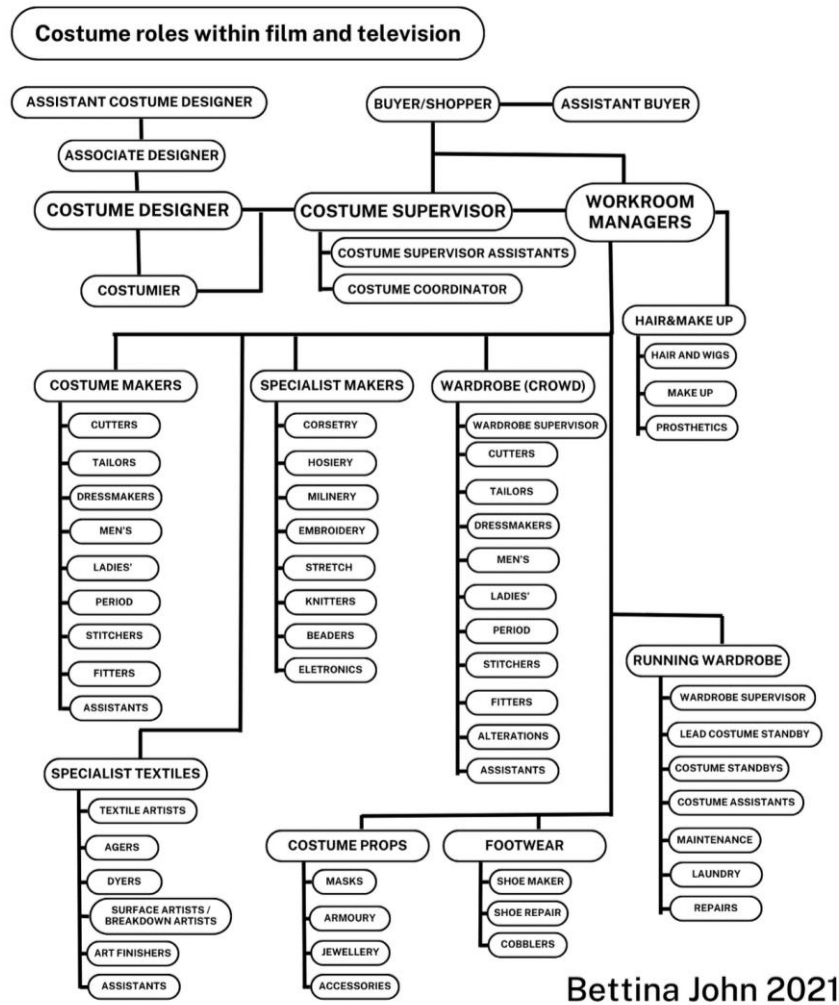


Figura 13 - Equipa de Guarda-Roupa por John. Fonte: John, 2021, p. 135.

Clancy (2014) explica que, normalmente, as funções com títulos que incluem a palavra “Figurino” (Costume) habitualmente trabalham na produção do figurino em si, enquanto as funções com a palavra “Guarda-Roupa” (Wardrobe) são responsáveis por trabalhos relativos à manutenção e

cuidado dos figurinos. A quantidade de pessoas na equipa pode variar de acordo com o tamanho e a complexidade do projeto, em produções pequenas a equipa pode reduzir-se a alguns assistentes e à contratação de uma costureira de confiança.

Ingham e Covey (1992) comentam sobre três práticas muito comuns na produção de figurinos, principalmente em produções pequenas que possuem um orçamento limitado, que são o Empréstimo, a Reutilização de Peças e o Aluguer<sup>43</sup>. Os Empréstimos são a possibilidade de se conseguir peças de vestuário e acessórios através de concessões de proprietários, lojas, estilistas, colecionadores ou até mesmo indivíduos comuns, sendo uma prática comum na indústria do cinema, teatro e televisão. Existem várias vantagens em utilizar peças emprestadas, a abordagem pode ajudar a reduzir os custos de produção, uma vez que não é necessário adquirir ou confeccionar todos os elementos do figurino. Além disso, o empréstimo de peças permite o acesso a itens únicos, autênticos e de alta qualidade que podem contribuir para a estética e a autenticidade dos personagens e da narrativa. As autoras referem que o processo pode ser difícil, mas recompensador:

Nunca espere encontrar o que deseja pedir emprestado na primeira ligação telefónica e não generalize. Ou seja, se um restaurante não lhe emprestar um chapéu de chef, não presuma que o próximo que você ligar também não o fará. Um jovem designer teve a experiência de ligar para dezassete hotéis antes de encontrar um que emprestasse seis uniformes de empregada. A persistência desse designer valeu a pena, todos os seis uniformes foram emprestados gratuitamente e o designer pôde, portanto, destinar uma grande parte do pequeno orçamento para dez metros de crepe de seda para o vestido de gala de outra personagem 44 (Ingham & Covey, 1992, p. 138).

Portanto, ao procurar empréstimos de peças para o guarda-roupa, é importante estar preparado para várias tentativas. As autoras destacam que é vital cuidar das peças e manter uma comunicação clara com os proprietários para evitar problemas futuros. A devolução das peças deve ser feita nas mesmas condições em que foram emprestadas e seguindo quaisquer condições estabelecidas pelos proprietários. É importante lembrar que o uso de peças emprestadas pode ter limitações, como a disponibilidade de itens específicos e restrições de tempo. Portanto, o planeamento antecipado, a pesquisa e o estabelecimento de contatos são cruciais para garantir a disponibilidade das peças necessárias quando necessário.

Em seguida, Ingham e Covey mencionam a técnica de Reutilização de Peças, que envolve utilizar itens de vestuário existentes e modificá-los ou reaproveitá-los para criar figurinos novos e exclusivos para uma produção. Elas destacam que a reutilização de roupas exige habilidades técnicas e criativas por parte da equipa de Guarda-Roupa. É preciso adaptar e modificar as roupas existentes para atender às necessidades específicas do projeto. A escolha criteriosa das roupas reutilizadas também pode contribuir para a construção da identidade visual dos personagens, além de permitir que os designers de figurino expressem sua criatividade e habilidade. Embora

---

<sup>43</sup> No livro originalmente são chamados de Borrow, Pulling e Renting, por falta de palavras para a tradução foram traduzidas dessa maneira pela autora.

<sup>44</sup> Tradução livre de: Never expect to find what you want to borrow on the first phone call and don't generalize. That is to say, if one restaurant won't loan you a chef's hat, don't presume that the next one you call won't either. One young designer had the experience of calling seventeen hotels before finding one that would loan out six maid's uniforms. This designer's persistence paid off, all six uniforms were borrowed for free and the designer was therefore able to divert a large chunk of the small budget to ten yards of silk crepe for another character's evening gown.

seja uma prática comum, muitos designers de figurino têm preconceitos em relação a essa técnica, como mencionado por Ingham e Covey. No entanto, para as autoras, essa técnica é extremamente valiosa, como é possível observar a seguir:

Alguns designers de figurino têm um gênio para tirar roupas sem graça e monótonas das prateleiras de armazenamento e transformá-las em trajes interessantes. Isso requer um olhar especial para enxergar o potencial. Nem todo mundo consegue imaginar um conjunto criado com uma saia de um vestido, um corpete de outro, uma jaqueta cortada de um terno e um cinto pintado com o tom certo de marrom. Se você conseguir, seus shows de baixo orçamento serão particularmente bem-sucedidos. [...] Não é incomum para um designer de figurino ter um traje retrabalhado destacado para receber elogios especiais em uma produção em que todos os outros foram feitos do zero desde o início 45 (Ingham e Covey, 1992, p. 139).

A reutilização de roupas na criação de figurinos oferece grandes benefícios financeiros, mas também podem resultar em peças únicas, adicionando autenticidade às personagens e às histórias. As autoras afirmam que é necessário dedicar bastante tempo à procura ao visitar locais onde as peças podem ser obtidas, pois nem sempre são organizados e de fácil acesso.<sup>46</sup>

A terceira prática mencionada pelas autoras Ingham e Covey é o Aluguer de peças e trajes. Os figurinos de aluguer são roupas e acessórios pré-fabricados que estão disponíveis para uso temporário por empresas especializadas em projetos cinematográficos ou lojas. Isso permite ter acesso a uma grande variedade de figurinos sem precisar criá-los do zero. Em grandes empresas, há uma vasta seleção de roupas que representam vários períodos históricos, culturas e estilos. Desde dramas de época até filmes contemporâneos, os figurinos de aluguer oferecem a oportunidade de vestir seus personagens com trajes autênticos e adequados. O aluguer de trajes permite flexibilidade e versatilidade, e as autoras destacam que muitas empresas fazem pequenas alterações para atender às exigências específicas dos atores e da produção. Elas também evidenciam a importância de incluir no orçamento as despesas relacionadas à limpeza e ao transporte das peças. No entanto, podem surgir algumas dificuldades com trajes alugados, Ingham e Covey comentam que pode ser um desafio integrar peças alugadas ao projeto como um todo, uma vez que elas podem se destacar esteticamente dos demais trajes. Na figura 14 pode-se observar a empresa Peris Costumes, especializada em figurinos para obras audiovisuais.

---

<sup>45</sup> Tradução livre de: Some costume designers have a genius for pulling dull, drab garments of the storage racks and reworking them into exciting costumes. This takes a special eye for seeing potential. Not everybody can imagine an ensemble created out of a skirt from one frock, a bodice from another, a cut-down jacket from a suit, and a belt sprayed just the right shade of brown. If you can, your small budget shows will be particularly successful. [...] It is not unusual for a costume designer to have a reworked costume singled out for special praise in a production in which all the others were made from scratch in the top.

<sup>46</sup> Ingham e Covey foram as únicas autoras encontradas pela autora dessa dissertação que destacam especificamente a Reutilização de Peças na construção de novos trajes no contexto do figurinismo. Apesar de outros autores também citarem a utilização de peças de segunda mão, nenhum outro comentou com detalhes sobre a técnica.



Figura 14 - Imagem da empresa Peris Costumes Lisboa. Fonte: Peris Costumes.<sup>47</sup>

Seja na criação de figurinos feitos sob medida ou na adaptação de peças existentes, a pré-produção envolve um trabalho em equipa extenso. O papel principal do designer de figurino nessa fase é o de supervisão, como relatado por Ingham e Covey: “Assim que os técnicos de figurino começarem a cortar e costurar as roupas, o designer deverá estar disponível para supervisionar o trabalho em intervalos regulares, interpretar desenhos, responder a perguntas e participar de todas as provas.”<sup>48</sup> (1992, p. 124). A supervisão e acompanhamento desse processo são indispensáveis, pois qualquer problema e mudança que precise ser feita deve estar sob o conhecimento do designer de figurino. Pode ser necessário realizar mais de uma prova durante esse processo. Com tudo preparado, passa-se para o momento central do filme: as Rodagens.

Durante as rodagens de um filme, o trabalho do designer de figurino é crucial para realizar a visão dos trajes dos personagens. Uma das principais responsabilidades nessa fase é supervisionar a implementação dos figurinos. La Motte (2001) descreve que o objectivo principal do departamento de Guarda-Roupa é fornecer os figurinos conforme a agenda de rodagem. Ele destaca que a equipa é uma das primeiras a chegar no local de gravação para organizar os figurinos e os camarins. As trocas de figurino durante o dia são planeadas com antecedência, com as peças separadas, alinhadas e penduradas na sala de figurino. O autor também comenta que o designer de figurino deve ser adaptável e estar preparado para lidar com mudanças ou desafios que possam surgir durante as rodagens. Ele enfatiza a importância da presença do designer próximo à câmara para identificar problemas nos figurinos.

Conforme descrito por La Motte, o trabalho da equipa de Guarda-Roupa no final do dia de rodagem só termina quando todas as roupas são recolhidas, organizadas e limpas, e o próximo dia de rodagem é planeado. Em resumo, o trabalho do designer de figurino durante a rodagem de um filme é multifacetado e essencial para dar vida aos personagens e ao mundo do filme através dos figurinos.

A Desprodução de um filme é a última etapa da produção, onde os departamentos de Cenário e Guarda-Roupa finalizam as suas atividades. Essa fase é descrita por La Motte como “The Wrap”,

---

<sup>47</sup> Link: <https://periscostumes.com/en/always-close-to-you-our-facilities/lisboa/>, consultado em: Maio de 2023.

<sup>48</sup> Tradução livre de: As soon as the costume technicians have begun to cut and stitch garments, the designer must be available to oversee the work at regular intervals, to interpret drawings, answer questions and participate in all fittings.

em tradução livre algo como “o embrulho”, “o empacotar”. Essa expressão está relacionada ao processo de guardar e/ou devolver tudo que foi usado nas rodagens. A desmontagem começa com o inventário e documentação dos figurinos, onde cada peça é cuidadosamente avaliada e registrada. Isso inclui detalhes como a sua condição, eventuais alterações e instruções especiais para armazenamento ou manutenção, assegurando que nada esteja em falta ou danificado.

La Motte enfatiza a importância da organização neste momento, incluindo a categorização prévia de peças alugadas para facilitar a devolução. Após o inventário, os figurinos são classificados para uso futuro, podendo ser devolvidos ou mantidos para produções subsequentes. O designer de figurino coordena essa logística, garantindo embalagem e etiquetagem adequadas. A recolha precoce dos figurinos é recomendada, permitindo tempo para limpeza, reparos e preparação para devolução. No caso de trajes alugados, a prioridade é retorná-los nas mesmas condições originais, livres de quaisquer processos ocorridos durante a rodagem (como envelhecimento, sangue falso e outras sujidades e desgastes). O designer de figurino também é responsável por apresentar à equipe de Produção todos os gastos e comprovativos do filme.

O processo de Desprodução no design de figurinos requer atenção aos detalhes, organização e comunicação eficaz. Ao concluir de forma eficiente o processo de finalização, o designer de figurino contribui para o sucesso geral e o encerramento tranquilo da produção. Também é possível que o designer colabore em algum momento da Pós-Produção do filme, ajudando a manter a coerência visual durante as edições das cenas, alterações de cor, cortes e outras atividades que fazem parte da finalização do filme.

Assim, o processo de desenvolvimento e utilização dos figurinos numa obra cinematográfica é finalizado. A produção de figurinos em filmes é um processo complexo e colaborativo que envolve vários estágios e a experiência de várias pessoas. Em resumo, o design de figurinos envolve extensa pesquisa, conceituação de design, fornecimento ou criação de peças de vestuário, ajustes, colaboração com outros departamentos e atenção meticulosa aos detalhes. O designer de figurino é uma peça imprescindível na concretização da visão do filme.

Como foi possível perceber após a extensa pesquisa deste capítulo, a utilização de peças de segunda mão, apesar de comum na área, não é detalhada e comentada com minúcia. No próximo capítulo entenderemos um pouco sobre as roupas de segunda mão na moda e como certas metodologias podem ser incorporadas ao cinema e ao design de figurinos.

## 3 Roupas de segunda mão e práticas sustentáveis

No capítulo 3, é abordado o impacto do mercado de segunda mão na indústria da moda e como a crescente procura por artigos de segunda mão está a influenciar os padrões de consumo, conduzindo a uma abordagem mais sustentável e consciente da moda assim como a sua correlação com o design de figurinos. Para compreender como as roupas de segunda mão se inserem no processo de criação do figurinismo, discute-se o conceito de *garimpo*, que engloba o processo de procura e seleção de artigos de segunda mão. Em seguida, examinam-se as diversas técnicas de reutilização de artigos de segunda mão, podendo incluir a transformação de uma peça em algo completamente novo, a reparação de danos ou desgaste, ou até mesmo a combinação de várias peças para criar um visual original e personalizado.

### 3.1 Impactos na indústria da moda e figurinismo

O mercado de segunda mão na indústria da moda tem tido um impacto significativo, alterando a dinâmica tradicional do setor e desafiando os modelos de negócio convencionais. A ascensão desse mercado está diretamente relacionada à crescente consciencialização dos problemas ambientais e sociais gerados pela indústria da moda convencional. Beltrami et al. (2019) no relatório “*The state of fashion 2019*”, alertam para a urgência de incluir a sustentabilidade nas prioridades da indústria da moda, como pode ser observado no excerto: “Uma prioridade cada vez mais importante é a sustentabilidade e a transparência, refletindo as preocupações crescentes dos consumidores e das empresas sobre a forma de atenuar o seu impacto no ambiente.”<sup>49</sup>. Esse movimento reflete as preocupações crescentes em relação ao impacto ambiental e social das atividades empresariais e do consumo desenfreado. As empresas estão cada vez mais conscientes da necessidade de adotar medidas sustentáveis em todas as etapas da cadeia de produção, desde a seleção de matérias-primas até à correta disposição dos resíduos.

No entanto, essa preocupação repentina não surge principalmente de atitudes altruístas, mas sim de graves problemas ambientais. Alguns dos pontos destacados pelo Parlamento Europeu (“O Impacto Da Produção E Dos Resíduos Têxteis No Ambiente”, Parlamento Europeu, 2020) em relação aos principais impactos ambientais causados pela indústria da moda são:

- Depleção dos recursos naturais: A produção têxtil requer uma grande quantidade de água e terra para o cultivo de fibras. Em 2015, a indústria têxtil e de vestuário consumiu cerca de 79 bilhões de metros cúbicos de água em todo o mundo. Estima-se que a fabricação de uma única t-shirt de algodão requer aproximadamente 2700 litros de água doce.

---

<sup>49</sup> Tradução livre de: An increasingly important priority is sustainability and transparency, reflecting rising concerns on the part of consumers and companies about how to alleviate their impact on the environment.

- Poluição da água: A indústria têxtil é responsável por aproximadamente 20% da poluição da água potável global devido ao uso de produtos químicos para tingimento. A lavagem de roupas sintéticas é responsável por cerca de 35% da libertação de microplásticos primários no meio ambiente.
- Emissões de gases de efeito estufa: A indústria da moda contribui com cerca de 10% das emissões de carbono globais, superando as emissões combinadas de voos internacionais e transporte marítimo. Em 2017, a compra de têxteis na União Europeia gerou aproximadamente 654 kg de emissões de CO<sub>2</sub> por pessoa.
- Resíduos têxteis em aterros: A moda rápida resultou num aumento exponencial na produção e descarte de roupas. Isso resulta numa quantidade significativa de resíduos têxteis que acabam em aterros sanitários.

Esses objectivos requerem uma abordagem holística e colaborativa, envolvendo tanto a indústria da moda quanto os consumidores. A indústria da moda está no epicentro da procura por uma produção têxtil mais sustentável. Ela enfrenta o desafio de repensar todo o ciclo de vida das roupas, desde a seleção de materiais até a disposição adequada dos resíduos. Para alcançar esse objectivo, é necessário adotar práticas de design sustentáveis, utilizar materiais *eco-friendly*, investir em processos de produção de baixo impacto ambiental e criar sistemas eficientes de reciclagem (Fletcher & Grose, 2012).

No entanto, embora a indústria da moda seja uma parte importante da equação, o consumidor também possui uma influência significativa nessa questão. As escolhas individuais de consumo têm um impacto considerável na demanda por roupas novas e no descarte excessivo. Portanto, é crucial conscientizar os consumidores sobre a importância da sustentabilidade na moda e incentivá-los a adotar práticas de consumo mais responsáveis. Um exemplo do impacto do consumo e descarte desenfreado é apresentado no gráfico fornecido pela Ellen MacArthur Foundation, em “*A new textiles economy: Redesigning fashion’s future*” (2017), na figura 15:

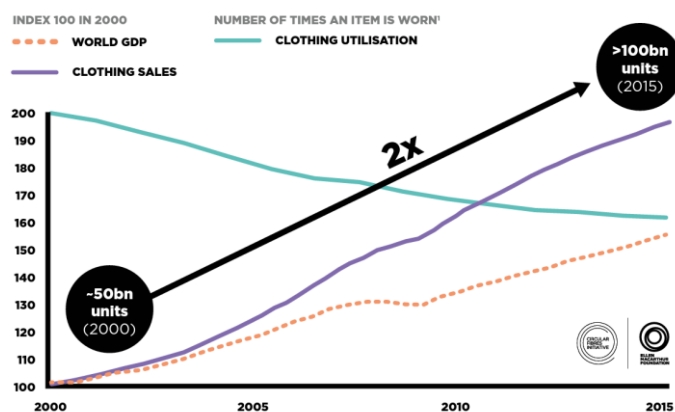


Figura 15 - Gráfico de crescimento das vendas de vestuário e declínio da utilização de vestuário desde 2000. Fonte: Ellen MacArthur Foundation.<sup>50</sup>

<sup>50</sup> Link: <https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>, consultado em: Maio de 2023.

O relatório menciona que a produção de vestuário tem registado um aumento significativo devido ao crescimento da população da classe média global e ao aumento das vendas per capita nas economias desenvolvidas, tendo duplicado desde os anos 2000. Também se destaca que esse aumento é impulsionado, em grande medida, pelo fenómeno conhecido como “*fast fashion*”, caracterizado pela rápida rotatividade de estilos, lançamento de um maior número de coleções por ano e preços frequentemente mais baixos. Apesar do descarte, as preocupações com a sustentabilidade e a transparência têm vindo a aumentar entre os consumidores, refletindo uma mudança de paradigma em que a consciência ambiental e a responsabilidade social ganham destaque. Os consumidores estão cada vez mais conscientes do impacto das suas escolhas de consumo e procuram alternativas que estejam alinhadas com os seus valores pessoais.

No contexto do figurinismo, embora esteja ligado à produção de vestuário, o papel desse ramo se assemelha mais ao de um consumidor de roupas de segunda mão. Diferentemente da indústria da moda, em que as peças são produzidas em massa para venda ao público em geral, os designers de figurino têm uma abordagem única. Seus produtos, ou seja, os figurinos, não são destinados a um público específico, nem têm como objectivo obter retorno financeiro através da venda das roupas. Em vez disso, o figurinismo está focado em atender às necessidades de um projeto específico, como um filme, série de TV, peça de teatro ou produção audiovisual.

A utilização de roupas de segunda mão torna-se uma valiosa ferramenta para os designers de figurino nesse processo criativo. Ao procurar peças em bazares, lojas e mercados de segunda mão, os designers têm acesso a uma grande variedade de artigos únicos e autênticos, que podem ser transformados e reinventados para se adequarem perfeitamente às necessidades do projeto em questão. Essa abordagem permite que os designers encontrem trajés que possam contar uma história por si mesmos, carregando consigo a história de suas próprias vidas pregressas.

Deste modo, ao analisarmos o papel do consumidor e as vantagens de adquirir roupas em segunda mão alinhado ao figurinismo, torna-se evidente que essa prática não apenas se ajusta às demandas e necessidades específicas do figurinismo, mas também representa um compromisso com a sustentabilidade e a consciência ambiental.

### **3.1.1 Vantagens e benefícios ao consumidor**

O consumo de vestuário de segunda mão apresenta uma série de vantagens significativas para os consumidores, que vão para além das considerações tradicionais de moda e estilo. D'adamo et al. (2022) identificam os motivos e benefícios que os consumidores podem obter ao adquirir roupas em segunda mão. Os autores destacam que, apesar dos estereótipos associados ao vestuário usado, o seu consumo contribui de maneira fundamental na redução dos impactos ambientais e sociais da indústria da moda. Ao optar por roupas de segunda mão, os consumidores contribuem para a diminuição da procura por novas produções, que consomem recursos naturais e geram resíduos ao longo do ciclo de vida das peças. Ao dar uma nova vida a essas roupas, evita-se o seu descarte prematuro, reduzindo o desperdício e o impacto ambiental associados à produção e ao descarte de vestuário.

Para além disso, os autores enfatizam que a aquisição de roupas de segunda mão oferece uma série de benefícios aos consumidores. Um dos principais atrativos é a possibilidade de adquirir peças de qualidade a preços mais acessíveis. Essa economia financeira possibilita que os consumidores direcionem os seus recursos para a obtenção de peças mais criteriosas, investindo em artigos específicos e singulares que contribuem para a construção de um guarda-roupa pessoal autêntico.

Continuando a análise dos benefícios apresentados por D'adamo et al., outra vantagem do mercado de roupas de segunda mão é a oportunidade de encontrar peças únicas e exclusivas. Ao contrário das opções convencionais, onde a oferta é padronizada e em grande escala, as roupas usadas proporcionam uma variedade de estilos e designs originais das mais diversas épocas da história da moda. Isso permite que os consumidores expressem sua individualidade e criatividade através das suas escolhas de vestuário, evitando a uniformidade muitas vezes associada à moda em massa.

Deste modo, o consumo de roupas de segunda mão não apenas traz benefícios individuais, como preços mais acessíveis e peças exclusivas, mas também assume uma função importante na construção de um setor da moda mais sustentável. Abraçando a moda de segunda mão, os consumidores contribuem para a redução do desperdício, a conservação de recursos naturais e a promoção de práticas mais conscientes e responsáveis na indústria têxtil.

Para além dos benefícios mencionados, D'adamo et al. (2022) destacam sete oportunidades que o consumo de roupas de segunda mão oferece aos consumidores, nomeadamente: a Rastreabilidade do Produto, a Caça por Barganha, o Estilo de Vida Verde, Mudança Climática, Consumo Responsável, Acessibilidade do Produto e Benefícios<sup>51</sup>.

A primeira oportunidade é a “Rastreabilidade do Produto<sup>2</sup>, que se refere à consciência do ciclo de vida que o produto terá. Ao adquirir roupas de segunda mão, os consumidores podem ter uma visão clara do histórico do produto, desde a sua origem até o momento em que chega às suas mãos. Isso permite uma maior transparência e responsabilidade na cadeia de suprimentos. Em seguida, a “Caça por Barganha” é outra oportunidade que o consumo de roupas de segunda mão oferece. Os consumidores têm a possibilidade de encontrar itens únicos e exclusivos a preços mais acessíveis do que os produtos novos. Isso não apenas proporciona uma experiência de compra gratificante, mas também incentiva a criatividade e a expressão individual através do estilo pessoal. Quanto ao “Estilo de Vida Verde” é uma oportunidade que está relacionada à adoção de práticas sustentáveis pelos consumidores. Ao optar por roupas de segunda mão, eles contribuem para a redução do desperdício e da demanda por novas produções, além de promoverem a economia circular na indústria da moda. Já a “Mudança Climática<sup>2</sup> é um desafio global que requer ações individuais e coletivas. Ao escolher roupas de segunda mão, os consumidores estão se engajando ativamente na contribuição de metas internacionais para combater as mudanças

---

51 Tradução livre de: “Traceability, Bargain Hunter, Green lifestyle, Climate change, Responsible consumption, Product accessibility, Benefits”.

climáticas. Isso ocorre ao reduzir a pegada ambiental da indústria têxtil e evitar o consumo excessivo de recursos naturais. Em relação ao “Consumo Responsável”, é uma oportunidade que se refere à consciência dos consumidores em relação às gerações futuras. Ao optar por roupas de segunda mão, eles estão fazendo uma escolha mais consciente, evitando o desperdício e preservando os recursos para as próximas gerações. A “Acessibilidade do Produto” é uma oportunidade que o consumo de roupas de segunda mão oferece. Com preços mais acessíveis, uma maior gama de consumidores pode ter acesso a produtos de qualidade, permitindo que todos possam desfrutar de roupas elegantes e sustentáveis. Por fim, o retorno de “Benefícios” é uma oportunidade que está relacionada ao encaminhamento adequado dos produtos usados. Através do direcionamento das roupas de segunda mão a pontos de coleta apropriados, os consumidores não apenas contribuem para a redução do desperdício, mas também podem obter benefícios econômicos, como descontos ou recompensas oferecidas por programas de reciclagem.

Ao analisar essas oportunidades do consumidor, é possível perceber que todas podem ser refletidas como benefícios para os designers de figurino e equipes de produções cinematográficas, incluindo o uso de roupas de segunda mão no figurino. Eles estão contribuindo para uma produção cultural mais sustentável, promovendo práticas responsáveis e reduzindo o impacto ambiental da indústria da moda. Muitos desses benefícios, como a economia financeira, foram também destacados por Ingham e Covey (1992) e Clancy (2014), assim pode-se perceber como esses benefícios relacionam-se ao figurinismo.

A inclusão do uso de roupas de segunda mão no trabalho dos designers de figurino traz sustentabilidade, criatividade, e ajudam na estética do figurino, além de promoverem uma abordagem mais consciente e responsável no processo de criação. Incorporar roupas de segunda mão no figurino permite aos designers terem a oportunidade de trabalhar com peças únicas e exclusivas. Isso consente uma maior variedade de opções e combinações para criar looks originais e autênticos, como citado anteriormente por Clancy (2014). A singularidade das peças de roupa de segunda mão traz um elemento surpresa e distinção ao figurino, tornando-o visualmente mais interessante e impactante. Complementarmente, a utilização de vestuário de segunda mão no figurino contribui para a redução do desperdício e do impacto ambiental. Reutilizar roupas existentes, possibilita aos designers de figurino conferirem uma segunda vida a essas peças, evitando a necessidade de produzir novas, reduzindo, assim, a procura por recursos naturais e energia. A presença de roupas de segunda mão no figurino também pode trazer vantagens econômicas para a produção. Uma vez que estas peças tendem a ter preços mais acessíveis em comparação com as novas, os designers de figurino têm uma maior flexibilidade para trabalhar dentro dos seus orçamentos, o que lhes permite alocar recursos adicionais para outras áreas do figurino, como acessórios ou customização das peças. Adicionalmente, o uso de vestuário de segunda mão no figurino pode também transcender os ecrãs e despertar o interesse do público, promovendo discussões sobre moda sustentável e consumo consciente. Por verem personagens nas telas vestindo roupas de segunda mão, o público pode sentir-se inspirado e começar a

repensar os seus próprios hábitos de consumo, o que leva a uma maior consciencialização acerca do impacto da indústria da moda no meio ambiente.

### **3.1.2 Economia Circular**

Além dos benefícios para o consumidor, é possível explorar o conceito de Economia Circular e seu desenvolvimento no figurinismo. A economia circular na moda é um conceito que visa transformar o modelo linear de produção e consumo num sistema mais sustentável, onde os recursos são utilizados de forma eficiente e os resíduos são minimizados. Conforme Machado et al. (2019) o modelo convencional de negócios adota uma abordagem linear, caracterizada pela produção em massa, que explora os recursos naturais, causa poluição ambiental e resulta em resíduos. Em contrapartida, a abordagem circular procura um novo paradigma, baseado na venda de produtos duráveis e na gestão consciente do fluxo de materiais ao longo do tempo. De acordo com os autores, nessa perspectiva, o objectivo é maximizar a utilização dos recursos, promover a reutilização e reciclagem de produtos, reduzir o desperdício e minimizar o impacto negativo no meio ambiente. Segundo Bocken et al. (2016), a economia circular é baseada em três princípios: projetar resíduos e poluição, manter produtos e materiais em uso e regenerar sistemas naturais. Algumas práticas são encontradas dentro da Economia Circular, como ações colaborativas, isso pode ser visto neste excerto de Machado et al. (2019):

O modelo de negócios que utiliza a estratégia de laço de recursos lentos projeta bens de longa vida útil e desenvolve formas de prolongar a vida útil do produto. Através de serviços como reparos e remanufatura, uma empresa operacionaliza o loop de recursos de lentidão. Entretanto, existem outras formas de reutilizar produtos e as medidas de reutilização não se restringem aos modelos comerciais, os consumidores também estão preocupados com o impacto de seu próprio consumo. Uma dessas medidas é o consumo colaborativo, que é definido como o consumo de bens e serviços envolvendo consumidores em atividades como aluguer, empréstimo, comércio, permuta e troca de produtos <sup>52</sup> (p. 384).

Portanto, medidas de reutilização, como o consumo colaborativo, são adotadas pelos consumidores como forma de reduzir o impacto ambiental do consumo. Estas práticas promovem um prolongamento da vida útil dos produtos e estimulam o compartilhamento e a troca de bens, tanto as empresas quanto os consumidores contribuem para uma economia mais circular e para a redução do desperdício. Belk (2014) comenta que há dois pontos em comum nas práticas de partilha e de consumo colaborativo, o uso de modelos de acesso temporário e não-propriedade para bens de consumo e serviços, e a dependência da Internet para a sua implementação. Fletcher e Grose (2012) abordam a importância da ideia de transição do modelo tradicional de posse de vestuário para um modelo baseado no aluguer, como pode ser visto neste excerto:

Uma das principais formas de o fazer é passar do modelo tradicional de “posse” de vestuário para um modelo baseado no “aluguer”. Quando uma peça de vestuário é alugada, o consumidor compra a sua utilidade ou os resultados que oferece (a sua moda, calor, proteção, etc.), em vez do objecto

---

<sup>52</sup> Tradução livre de: The business model using the slowing resource loop strategy designs long-life goods and develops ways to extend product life. Through services such as repairs and remanufacturing, a company operationalizes the slowing resource loop. However, there are other ways to reuse products, and reuse measures are not restricted to business models, consumers are also concerned about the impact of their own consumption. One of these measures is collaborative consumption, which is defined as the consumption of goods and services involving consumers in activities such as rent, loan, trade, barter, and exchange of products.

material em si. [...] Os sistemas de aluguer, biblioteca ou leasing de vestuário funcionam assim para quebrar a relação predominante de “uma peça de vestuário para um utilizador” que tipifica a maior parte da nossa experiência de utilização de vestuário 53 (Fletcher & Grose, 2012, p. 102).

Desta forma, ao alugar uma peça de roupa, o consumidor está comprando a sua utilidade e os benefícios que ela proporciona. Essa abordagem promove a ideia de compartilhamento e maximização do uso das roupas, reduzindo assim o consumo excessivo e os impactos ambientais associados à produção e descarte de peças de vestuário.

No figurinismo, encontramos modelos antigos de consumo colaborativo, como o aluguer de roupas em lojas de segunda mão e lojas especializadas em figurino, como foi mencionado no tópico 2.3.3 *O processo de um figurino*, existem práticas da produção de figurinos que visam a reutilização, especialmente em produções com orçamento limitado. Entretanto práticas, como a colaboração com a Indústria da Moda não são facilmente encontrados no figurinismo, mas poderiam ser boas formas de reutilização de matéria-prima. Utilizar restos de tecidos que seriam descartados, ou até mesmo peças que foram descartadas por falhas técnicas, poderia ser uma opção interessante para fornecer materiais aos designers de figurino.

Assim, a adoção da economia circular na moda e no figurinismo traz diversos benefícios, como a redução do consumo de recursos naturais, a diminuição do desperdício e da poluição ambiental, além de estimular a inovação. Através de práticas como o aluguer de roupas, a compra de roupas de segunda mão e a reciclagem de materiais, é possível fechar o ciclo de vida dos produtos e minimizar o impacto negativo da indústria da moda no meio ambiente. A economia circular representa uma mudança de paradigma na forma como produzimos, consumimos e descartamos roupas, promovendo a sustentabilidade, a responsabilidade e a consciencialização, a desenvolver um sistema mais equilibrado e regenerativo. As lojas de segunda mão são meios determinantes na promoção da economia circular e no uso de roupas de segunda mão. Eles são locais onde roupas e acessórios usados são vendidos, trocados ou doados, permitindo que essas peças tenham uma segunda vida. Nesse contexto, pretende-se explorar como as lojas de segunda mão e a obtenção de seus produtos se relacionam com o figurinismo.

## **3.2 Garimpo: processo de seleção de artigos de segunda mão**

Para compreender como incorporar roupas de segunda mão na criação de novos produtos, é essencial analisar o processo de compra, identificar potenciais locais para procurar e entender as motivações por trás dessa escolha. De acordo com Machado et al. (2019), há uma crescente presença de ambientes não tradicionais de compra de peças de segunda mão não tradicionais nos

---

<sup>53</sup> Tradução livre de: One of the key ways in which we can do this is to move from the traditional model of ‘owning’ garments to one based on ‘leasing’. When a garment is leased, a consumer buys its utility or the results it offers (its fashionability, warmth, protection and so on), rather than the material object itself. [...] Clothes hire, library or leasing systems thus work to break the predominant ‘one garment to one wearer’ relationship that typifies most of our experience of using clothes.

últimos anos. Entre esses espaços, destaca-se a internet, onde lojas e comunidades online tornaram a aquisição desses itens ainda mais acessível para os consumidores. Ainda, feiras que combinam arte, entretenimento e venda de produtos têm atraído muitos consumidores, proporcionando um local de interação que vai além da simples compra. Conforme Soares (2021), embora o comércio de peças de segunda mão tenha tido um crescimento significativo impulsionado pela internet, que se tornou um canal de compra e venda, o consumo em *brechós*<sup>54</sup> (ou lojas de segunda mão) já possui tradição em muitas localidades.

A origem dessas lojas no Brasil é abordada por Sousa (2009), que explica que a palavra “*brechó*” remonta ao século XIX, quando um indivíduo chamado Belchior iniciou a venda de produtos de segunda mão no Rio de Janeiro. Ao longo do tempo, o nome do homem tornou-se associado ao seu negócio e sofreu modificações na pronúncia, até ser conhecido como “*brechó*”. Esses estabelecimentos, similares aos alfarrabistas, onde são comercializados especificamente livros usados, oferecem uma vasta variedade de produtos. Entre eles, é possível encontrar roupas, acessórios, objectos variados e artigos para casa, a aguçar a imaginação dos consumidores. Em Portugal, esses locais são comumente chamados de lojas de segunda mão ou, também, *vintage shops*. Uma das mais famosas redes de roupas de segunda mão em Portugal é a Humana Second Hand (figura 16), que atualmente conta com 19 lojas, incluindo a sua versão *vintage*, destinada a peças com visual retro. Tanto no Brasil quanto em Portugal, estas lojas são importantes aliadas da sustentabilidade e acessibilidade de vestuário aos consumidores.



Figura 16 - **a)** Loja da Humana Second Hand. **b)** Contentores de recolha de roupas. Fonte: Humana Second Hand.<sup>55</sup>

Segundo Lourenço (2017), os *brechós* ou lojas de segunda mão podem ser categorizados em três grupos distintos. Os do tipo “garimpo” são caracterizados por um acúmulo de peças em espaços pequenos ou grandes, onde os consumidores têm a oportunidade de literalmente “garimpar” em busca de itens desejados. Geralmente nestes, o pagamento é preferencialmente em dinheiro, e quanto mais peças o consumidor adquire, mais vantajoso é o preço individual de cada peça. O segundo grupo é conhecido como loja de segunda mão “gourmet”. Esses estabelecimentos estão associados à procura por peças de roupas raras ou exclusivas. Os do tipo “gourmet” costumam apresentar uma estética mais atraente do que as lojas de segunda mão “garimpo” e atraem um

---

<sup>54</sup> O termo “brechó” significa uma loja de venda de produtos de segunda-mão, especialmente roupas. A palavra que tem origem do Brasil foi considerada nesse trabalho como parte importante da pesquisa, já que muitas das referências utilizadas adotam a palavra, assim, o termo “brechó” é mantido nessa pesquisa.

<sup>55</sup> Link: <https://www.humana-portugal.org/>, consultado em: Maio de 2023.

público que possui certo conhecimento em moda e arte. Os clientes dessas lojas procuram encontrar peças de coleções passadas de estilistas renomados a preços mais acessíveis. Entretanto, em comparação aos valores das peças nas lojas de segunda mão “garimpo”, há uma grande diferença em termos de acessibilidade financeira, sendo mais requintados e tendo peças selecionadas, os valores são mais altos. O terceiro grupo é o mais recente e consiste naqueles de tipo “online”. Essas lojas são formadas por grupos de compra ou troca presentes em redes sociais e têm sido importantes na desconstrução das visões tradicionais sobre classes sociais e no conceito de consumo de roupas de segunda mão. As lojas de segunda mão “online” combinam os elementos do “garimpo” e do “gourmet” num único espaço, a internet. Em Portugal, encontramos sites e plataformas como o Enjoei, a MyCloma e, em grande parte da União Europeia, a Vinted, como pode ser visto na figura 17.

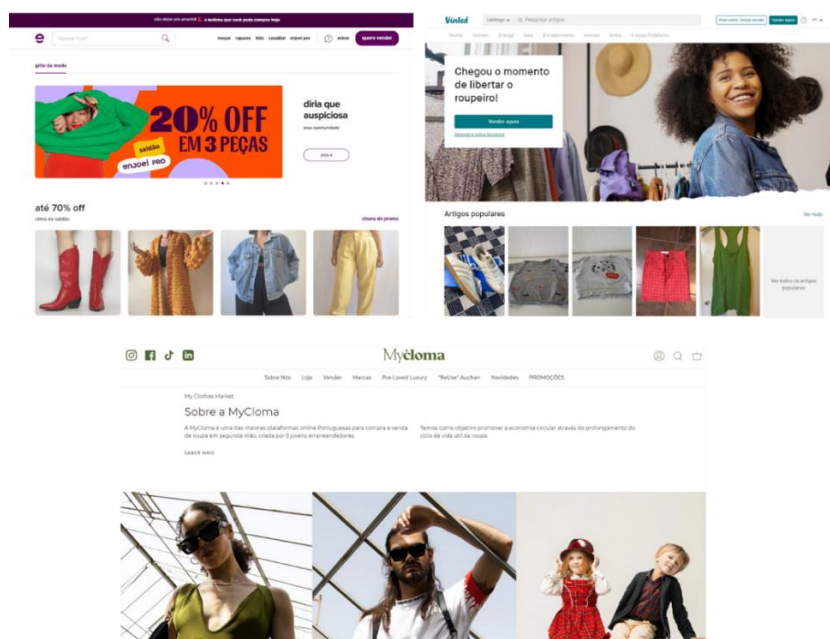


Figura 17 – Página inicial dos sites da Enjoei, Vinted e Mycloma respetivamente. Fonte: Captura de Ecrã da Enjoei, Vinted, Mycloma.<sup>56</sup>

O processo de procura de artigos para figurinos é muito semelhante à curadoria feita por lojas de segunda mão para escolher os seus produtos, apesar de o designer de figurino não selecionar peças para criar um stock. O *garimpo*, é um processo pelo qual o designer de figurino que utiliza moda de segunda mão necessariamente passará. A palavra *garimpo*, utilizada no Brasil, surge da atividade de quem procura ou explora metais ou minerais preciosos, sendo esta a ocupação do garimpeiro (Dicionário Priberam, 2023). A palavra é, portanto, mudada de contexto, neste caso não para explorar minérios, mas sim, explorar e adquirir vestuário, e o *garimpeiro* é aquele que procura pelas roupas, sendo aqui os compradores. Embora seja um conceito muito conhecido no meio de trabalho, o *garimpo* não é muito discutido no ambiente académico, tratando-se de um

<sup>56</sup> Link: <https://www.enjoei.com.br/>; <https://www.vinted.pt/> e <https://www.mycloma.com/>, consultado em: Maio de 2023.

método que requer cuidado, dedicação e treino, a fim de escolher com esmero e precisão peças que possam ser transformadas, adaptadas e no contexto deste trabalho, encaixadas ao propósito simbólico do figurino.

O método é citado por Lourenço (2017), como pôde ser visto anteriormente, em casos de lojas que têm uma grande quantidade de produtos, e é necessária uma intensa procura para encontrar bons itens. Entretanto, o termo também é analisado por Fernandes et al. no meio da curadoria de peças para venda em lojas de segunda mão. A partir disso, Fernandes et al. (2021) introduzem a ideia de “mineração têxtil”, o significado do conceito vem da própria palavra *garimpo*, que provém da mineração. Desta forma, a autora faz um paralelo entre a atividade de exploração de minerais, e a atividade de procura por vestiário, como pode ser percebido no excerto a seguir:

É preciso pensar o garimpo das roupas de segunda mão como uma busca ávida por pedras preciosas, é necessário enaltecer os brechós como templo de coisas mágicas paralelas entre passado, presente e futuro. Que promovem através da resignificação novas formas de expressão, impulsionando a criatividade através da valorização das coisas já produzidas (2021, p. 148).

Assim, podemos perceber que o garimpo de roupas de segunda mão, como referenciado pela autora, é como uma procura intensa por pedras preciosas, neste caso, peças de vestuário, sendo este um processo que necessita das práticas da visão e do tato, através da análise de recortes, texturas e tecidos. O entendimento de “mineração têxtil” e “mineração têxtil” encaixam-se com genuinidade ao trabalho de procura por artigos e vestimentas que se adequem ao projeto do figurino. O designer de figurino possui um trabalho complexo de encontrar preciosidades em forma de roupas para seu filme.

O processo do *garimpo* e a reutilização de peças de segunda mão traz consigo um forte simbolismo também. Siqueira (2018) chama de *garimpeiros* aqueles que procuram peças em bazares e lojas de segunda mão, o autor diz que a prática tem como principal característica valorizar produtos usados e promover a circulação de bens, sendo a classificação das peças feita a partir de um olhar que vai além da visão comum da roupa usada. Ainda segundo Siqueira (2018), o valor da resignificação e reinserção de vida à vestimenta que não estava sendo utilizada. É possível perceber isso no excerto a seguir:

Tendo em vista a ação dos garimpeiros, que utilizam princípios de classificação no processo de seleção, revitalização e higienização das roupas, eles conferem uma posição simbólica extremamente importante às preocupações sobre impureza, poluição e doença. A roupa usada resgatada pelas mãos dos garimpeiros “renasce” para um novo ciclo na vida social dos objectos, readquirindo valores simbólico e económico. O objectivo geral que comunica um rito é assegurar a transformação do estado, a separação entres as esferas do sagrado e profano. [...] No escopo desta abordagem, não é apenas a questão que tange a aparência, a limpeza e a conservação da peça, mas, o processo de resignificação criada por esses atores (Siqueira, 2018, p. 267 e 268).

Neste excerto, destaca-se a importância simbólica do *garimpo*, conferindo um novo significado e valor às peças. Analisando sob a perspectiva do figurinismo, o *garimpo* é capaz de transformar as peças em algo além de simples objectos materiais, tornando-os símbolos imortalizados no ecrã. Clancy (2014) cita o processo do *garimpo* pelo nome de “Aquisição de Vestuário” (do inglês, *Sourcing Garments*). A autora comenta que as peças de vestuário que serão utilizadas para o figurino podem provir de uma variedade de fontes e necessitam de uma seleção e um

processamento habilidosos. Além das roupas de segunda mão que podem ser adquiridas em lojas de caridade, Clancy também cita que os saldos das lojas e as peças de vestuário indesejadas do guarda-roupa de colegas são também possibilidades. Retomando o processo de *garimpo* relatado por Fernandes et al., um dos destaques do trabalho é o fluxograma que descreve o ritual do *garimpo* dos donos das lojas de segunda mão, como pode ser visto na figura 18.

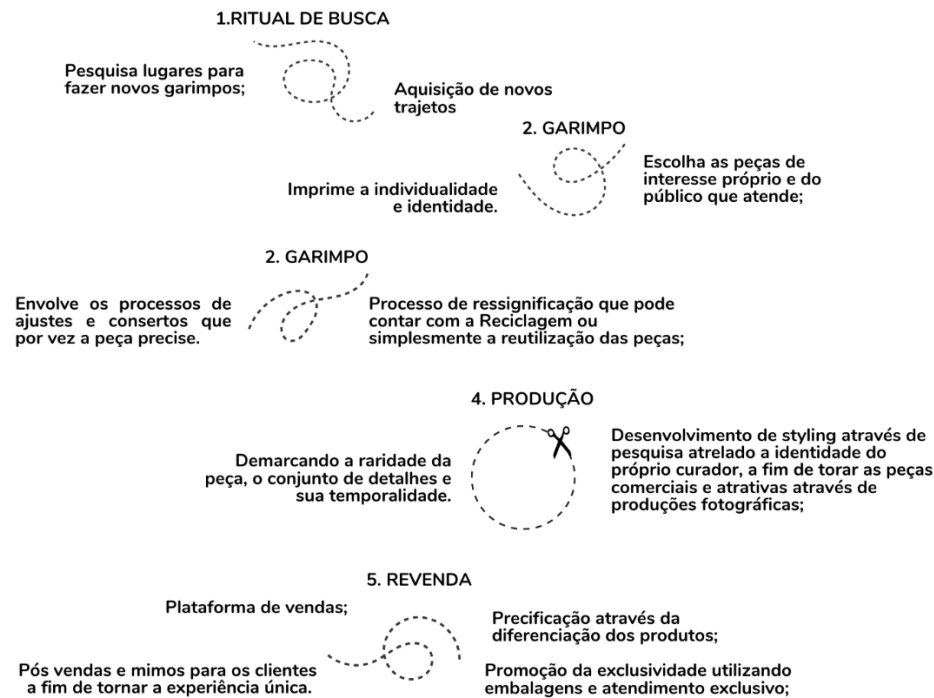


Figura 18 - Reprodução pela autora do Fluxo do ritual de garimpo. Fonte: Fernandes et al.(2021)

Este processo inicia-se com o Ritual de Busca, onde ocorre a pesquisa de possíveis locais para adquirir os artigos. Em seguida, o *garimpo* conta com a escolha das peças de acordo com a necessidade do curador. Após a aquisição, há o processo de Renovação, onde as peças podem passar por consertos e ajustes ou até mesmo serem reinventadas. Posteriormente, há a Produção, em que os artigos são estudados e passam por um *styling* para tornar as peças atrativas para o público através de produções fotográficas, e por fim, pode ocorrer a Revenda das roupas. No contexto do figurinismo, esse fluxo é extremamente semelhante ao processo utilizado na procura e uso de vestuário para figurinos, parando nas fases de Produção e Revenda, já que o figurinismo não visa a venda, e sim o uso próprio. Mesmo assim, um *styling* é feito pelo designer de figurino ao ordenar a peça adquirida com as demais do figurino. Dessa forma, podemos perceber que ambos os rituais compartilham equivalências e técnicas.

O *garimpo* traz consigo peculiaridades no seu processo, conforme apontado pela pesquisa de Siqueira (2018). Dado que cada item disponível para venda em bazares e lojas de segunda mão é normalmente único, é bastante improvável encontrar produtos fabricados em série, a menos que um doador e proprietário de uma confecção tenha liberado seu stock excedente ou peças com defeitos. Como resultado, não há variação de tamanho e cor para um mesmo modelo, uma vez

que esses produtos não são produzidos em massa. Na sua pesquisa, Siqueira entrevistou “garimpeiros” em bazares, segundo uma jovem garimpeira chamada Nina, a consideração da especificidade da peça é fundamental. Ela destaca que é importante levar em conta o material de confecção, a modelagem e o acabamento, além do estado de conservação da peça. A garimpeira também ressalta que a limpeza e a restauração da roupa, quando necessário, são etapas subsequentes.

Em suma, as lojas de segunda mão e o uso de roupas de segunda mão são indispensáveis na economia circular e na moda sustentável. Esses estabelecimentos oferecem uma ampla variedade de opções para os consumidores, desde peças únicas e exclusivas até itens de coleções passadas de estilistas renomados. Além disso, as lojas de segunda mão online têm facilitado o acesso e a interação dos consumidores através das redes sociais. O processo de *garimpo* dessas peças requer cuidado na seleção e restauração, valorizando a singularidade de cada peça. Ao adquirir roupas de segunda mão, os consumidores podem expressar a sua individualidade, economizar financeiramente e contribuir para a sustentabilidade da indústria da moda. Desta forma, a reutilização de roupas e a prática do *garimpo* não apenas agregam valor simbólico às peças, mas também promovem um consumo mais consciente e responsável. O figurinismo também se beneficia dessas práticas, utilizando as lojas de segunda mão como aliadas para criar peças autênticas e originais que contam histórias únicas no contexto da performance teatral e audiovisual.

### **3.3 Técnicas de reutilização de roupas de segunda mão**

Após a aquisição da peça de segunda mão, é necessário compreender quais métodos podem ser utilizados para transformar as roupas, explorando maneiras de converter aquela vestimenta inutilizada num objecto simbólico para uma narrativa. No figurinismo, é comum utilizar práticas não convencionais na construção de figurinos, como explicado por Abrantes:

Há no exercício da função de designer de figurino uma necessidade de construção do novo a partir de sucatas, tampas de latas, chapinhas, pedaços de couro, ferro, madeira e tudo que estiver ao alcance da mão, sinalizando a possibilidade de recriação da roupa, possibilitando desfiar sua estética. Os elementos que compõe o meu universo estão correlacionados aos vários textos que integram a uma conceção específica do mundo, representada no palco (Abrantes, 2001, p.11).

Essa prática de utilizar materiais não convencionais na criação de figurinos abre um leque de possibilidades criativas para os designers de figurino, conseguindo reinventar e recriar a aparência das roupas, conferindo-lhes uma estética única e personalizada. A disponibilidade desses materiais ao alcance da mão permite que os designers explorem sua criatividade e habilidades técnicas na construção do novo.

No entanto, como apontado por Castro e Souza (2017), essa criatividade surge muitas vezes devido à procura por redução de custos no projeto, e não de uma conscientização sobre a reutilização de matérias-primas têxteis. Os autores também referem que, apesar de ser considerado um movimento recente na moda, a reutilização de objectos e vestimentas de segunda

mão trata-se de um fenômeno que vai além da mera resistência ou retrocesso ao consumismo desenfreado. Castro e Souza comentam que a criação de figurinos permite uma fase de experimentação altamente enriquecedora, já que não se limita aos processos convencionais da Indústria da Moda. Nesta investigação por soluções e intervenções estéticas que exigem muitas vezes que se transmita uma sensação diferente aos trajes, seja de luxo ou de desgaste intencional, são adotados procedimentos como tingir, lixar, rasgar e queimar. Os autores comentam que essas técnicas são adequadas e recomendadas como forma de modificar a aparência comum dos materiais e obter resultados não óbvios, garantindo assim, exclusividade às peças e transformando os trajes cênicos em verdadeiros narradores e personagens que comunicam e envolvem o espectador nas construções narrativas explícitas ou implícitas do espetáculo.

Dessa forma, é possível perceber que a reutilização e a transformação de materiais são princípios fundamentais e consolidados no processo de criação de trajes cênicos, apesar de não possuir denominações especificadas, como existem no universo da Moda. Um desses nomes inclui o *upcycling*, uma técnica que vem crescendo no ambiente da Moda nos últimos anos e ganhando destaque no meio acadêmico.

### **3.3.1 Upcycling**

O *upcycling* é um método de produção que faz parte da economia circular, e que consiste na transformação de resíduos têxteis em produtos de maior valor acrescentado. Fletcher e Grose (2012) mencionam que as técnicas utilizadas para revitalizar essas peças são diversas e variadas, e têm se tornando uma área de especialização para um grupo crescente de designers de moda. Esses profissionais combinam habilmente a economia, a criatividade e a estética, transformando as peças indesejadas em verdadeiras obras de arte. Assim, são capazes de resgatar o valor e a beleza dessas peças, conferindo-lhes uma nova identidade e prolongando a sua vida útil. As autoras comentam sobre o fenômeno do *upcycling*, como pode ser visto no trecho a seguir:

Técnicas como a remodelação, o recorte e a costura de peças de vestuário inteiras ou de painéis de peças de vestuário, juntamente com retalhos, tecidos vintage e acabamentos, são utilizadas para produzir peças únicas, feitas por vezes à mão e por vezes com recurso às mais recentes tecnologias. Estas peças desafiam a tendência geral de desvalorização dos materiais já utilizados e são a prova de que o “upcycling” - ou seja, acrescentar valor através de uma recuperação cuidada - é possível 57 (Fletcher e Grose, 2012, p. 67 a 69).

Isso demonstra que é viável criar algo novo e valioso a partir de materiais que poderiam ser descartados, destacando a importância da criatividade e da conscientização sobre a sustentabilidade na moda. Também, o excerto enfatiza a possibilidade de produzir peças únicas e exclusivas, que se destacam pela sua originalidade e apelo estético. Este método tem invadido os ateliers dos designers de moda, saindo de um lugar ultrapassado e simples artesanato para alcançar um status de luxo em várias partes do mundo, chegando até a marcas de grande renome,

---

<sup>57</sup> Tradução livre do autor: Such techniques as reshaping, re-cutting and re-stitching entire garments or panels of garments together with off-cuts, vintage fabrics and trims are used to produce unique pieces, crafted sometimes by hand and sometimes involving the latest technology. These pieces defy the general trend of downgrading the value placed on already-used materials, and are evidence that ‘upcycling’ – that is, adding value through thoughtful reclamation – is possible.

como analisado por Chiais (2022). A autora comenta que com o termo *upcycling*, a reutilização de peças de segunda mão sofreu uma transformação de perspectiva aos olhos da Indústria da Moda e do público, como é observado no excerto a seguir:

Este processo, que em italiano poderia ser traduzido como “sobre-reciclagem”, representa em termos concretos uma forma de prolongar a vida de um produto, mas é ainda mais interessante a nível simbólico porque nos permite intervir no estatuto inicial do objecto através da sua semelhança. O estatuto inicial do objecto através da sua semelhança. A ressemantização permite explorar a carga simbólica da peça original, decompondo o texto inicial em segmentos mais pequenos de significado que podem depois ser que podem depois ser remisturados ad hoc, criando novos significados através de um processo que poderia ser definido como de refinamento 58 (Chiais, 2022, p. 138 e 139).

Essa mudança no termo tem permitido a atualização da moda nos termos ambientais além de atrair o consumidor. A autora comenta que o *upcycling* é atrativo para as marcas de moda porque representa uma abordagem inovadora, sustentável e criativa para a produção de roupas e acessórios. Ele pode melhorar a reputação das marcas, oferecer produtos únicos e exclusivos, reduzir custos e fortalecer a identidade da empresa, tudo isso alinhado às demandas do consumidor contemporâneo e a uma maior responsabilidade ambiental.

A autora Alison Gwilt, escritora do “*A Practical Guide to Sustainable Fashion*” (2020), afirma que o *upcycling* é um dos melhores métodos da economia circular, sendo preferível à reciclagem, que só deve ser considerada como último recurso. Gwilt refere que o *upcycling* requer dos designers a criação de produtos com longa durabilidade, capazes de ter múltiplas vidas, até que não possam mais ser reparados. Por esse motivo, o *upcycling* tem uma abordagem diferente da reciclagem, pois visa aumentar o valor de um material ou produto, ao invés de desvalorizá-lo ou reduzir seu valor. A técnica tem como objectivo prolongar a vida útil do material, podendo ser aplicada na criação de novas peças de vestuário ou na renovação de peças já existentes.

Gwilt também explana sobre as minúcias do método e as suas dificuldades, destacando que o *upcycling* pode ser realizado através de pequenas alterações ou acréscimos decorativos, bem como pela criação de novas peças de vestuário a partir do uso criativo de retalhos, restos de tecidos ou objectos encontrados. A autora explica que o este processo pode levar tempo, principalmente na fase de seleção dos materiais, torna-se essencial para prepará-los para uso, o que pode envolver a seleção, recolha e lavagem dos artigos, além da desconstrução dos componentes a serem utilizados. Ela ainda atenta sobre alguns cuidados que devem ser tomados na seleção e utilização de materiais:

Também é necessário ter em conta as restrições técnicas que podem afetar o processo de produção. Por exemplo, ao refabricar uma peça de vestuário existente, é necessário ter em atenção o estado

---

<sup>58</sup> Tradução livre do autor: Questo processo, che in lingua italiana si potrebbe tradurre “sovra-riciclo” rappresenta, concretamente, un modo per prolungare la vita di un prodotto ma è ancora più interessante a livello simbolico perché permette di intervenire sullo status iniziale dell’oggetto risemantizzandolo. La risemantizzazione permette di attingere alla caricasimbolica del pezzo originale scomponendo il testo iniziale in segmenti di senso più piccoli che potranno poi essere remixati ad hoc creando nuovi significati tramite un procedimento che potremmo definire di raffinazione.

das matérias-primas, observando manchas, buracos ou áreas de desgaste ou descoloração, e trabalhar em torno ou com estas características 59 (Gwilt, 2020, p. 144).

Essas restrições técnicas podem ser vistas como desafios criativos para os designers. Em vez de ignorar ou descartar peças com imperfeições, o *upcycling* incentiva a incorporação dessas características únicas no processo de criação. Manchas podem ser transformadas em elementos de destaque, buracos podem ser valorizados com a adição de novos detalhes, e áreas desgastadas podem ser reforçadas e reinventadas. Ao abraçar as limitações técnicas, os designers de moda são impulsionados a encontrar soluções inovadoras e criativas, resultando em peças únicas e exclusivas. Portanto, a abordagem do *upcycling* na moda destaca-se como uma forma criativa e inovadora de lidar com as restrições técnicas. Através desse método, as peças de vestuário podem ser transformadas, revitalizadas e reinventadas, incorporando características únicas que as tornam verdadeiramente especiais.

Um dos exemplos mais difundidos de *upcycling* foi uma criação icônica da marca de moda francesa Maison Margiela, do designer Martin Margiela. A peça de roupa em questão foi apresentada numa edição da revista “A Magazine Curated By” em 2004. A “sweater de meias” foi uma inovação surpreendente e altamente conceitual que desafiou as convenções tradicionais da moda. Em vez de criar um suéter de tricô convencional, a Maison Margiela optou por costurar juntas várias meias para formar a peça. Essa abordagem única resultou num design texturizado e irregular, dando à peça uma aparência artesanal e desconstruída. Essa criação exemplifica a abordagem experimental e vanguardista do designer Martin em relação à moda. A marca sempre buscou questionar as normas da indústria e explorar novas possibilidades criativas. A “sweater de meias” se tornou um ícone da marca e refletiu sua visão única de moda como uma forma de expressão artística e possível para o público. O processo de criação foi publicado pela revista em 2004 gerando um fenômeno entre os leitores e *fashionistas*, o *diy* (sigla para “do it yourself”) foi republicado recentemente numa nova edição da revista, trazendo novamente a febre do suéter, mas agora com a internet como aliada. Em “*One to make at home*” ou “Um para fazer em casa”, o designer orienta o leitor através de um processo passo a passo para fazer seu próprio suéter de meia Margiela usando oito pares de meias brancas, como pode ser visto na figura 19.

---

<sup>59</sup> Tradução livre do autor: Consideration also needs to be given to any technical constraints that may impinge on the production process. For example, in remanufacturing an existing garment it is necessary to be mindful of the condition of the raw materials, noting stains, holes or areas of fraying or discolouration, and working around or with these traits.

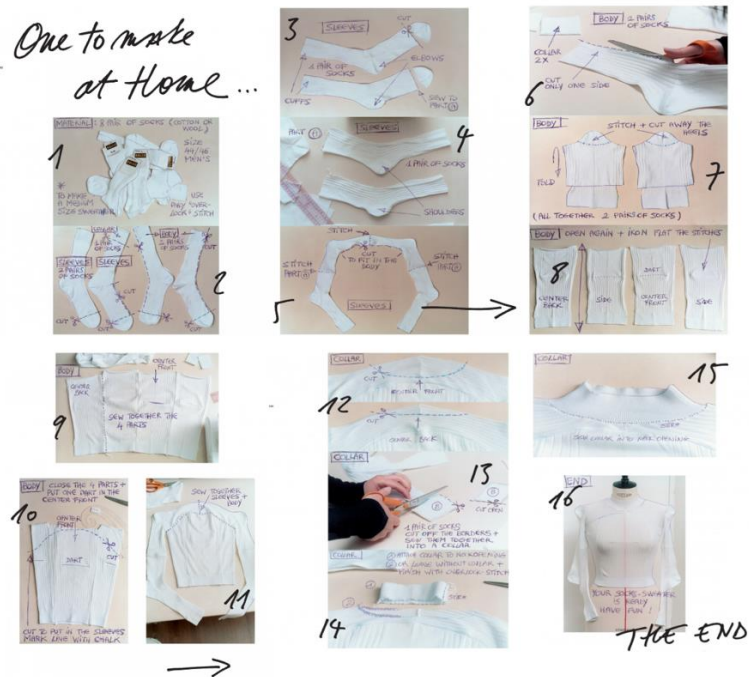


Figura 19 – Passo a passo da A Magazine Nº1 Curated by Maison Martin Margiela, 2004. Fonte: A Magazine Curated By.<sup>60</sup>

A Maison Margiela sempre teve um forte foco na desconstrução, reutilização de materiais e no valor artístico da moda. A “sweater de meias” encapsula perfeitamente essas ideias, destacando o potencial da moda como uma plataforma criativa e visionária. O *diy* de Maison Margiela é um exemplo inspirador de como a moda pode transcender as fronteiras convencionais, abrindo caminho para uma abordagem mais imaginativa, experimental e conceitual na indústria da moda. Essa criação deixou um impacto duradouro na história da moda e continua sendo uma referência significativa para designers e entusiastas da moda até os dias de hoje.

Assim, podemos entender que o *upcycling* não apenas oferece uma alternativa sustentável à produção convencional de moda, mas também proporciona uma oportunidade para a expressão artística e a criação de peças verdadeiramente originais e personalizadas. Ao reconhecer o potencial de transformação nas características das peças de vestuário, o *upcycling* destaca-se como uma prática criativa e responsável, que valoriza a singularidade de cada peça e promove uma abordagem consciente em relação à moda.

### 3.3.2 Outras técnicas

No cenário atual, a moda está cada vez mais voltada para a sustentabilidade e a conscientização ambiental. Portanto, técnicas de reutilização de roupas de segunda mão têm se mostrado como alternativas criativas e ecologicamente responsáveis. Além do já conhecido *upcycling*, que transforma materiais descartados em novas peças de valor, outras abordagens têm emergido,

<sup>60</sup> Link: <https://amagazinecuratedby.com/news/one-to-make-at-home/>, consultado em: Maio de 2023.

promovendo a reutilização de roupas de forma criativa e original. Essas práticas sustentáveis não apenas reduzem o impacto negativo da indústria da moda no meio ambiente, mas também abrem caminho para expressões artísticas únicas e personalizadas. Nesta investigação, irá abordar-se algumas dessas técnicas e como elas conversam entre a moda e o figurinismo.

No figurinismo nem todas as técnicas são destinadas ao melhoramento da peça, muitas modificações são criadas a fim de servir ao simbolismo e ambientação da narrativa. A técnica de desgaste das roupas para figurinos é um processo criativo e artístico utilizado por designers de figurino para conferir autenticidade e realismo às peças de vestuário usadas pelos personagens. Como afirmado por Castro e Souza (2017), durante a produção de um figurino “o procedimento a realizar-se pode variar imensuravelmente transformando um objecto de ‘luxo em lixo’ ou vice-versa, transformar o lixo em luxo” (p. 16). Os autores comentam que é comum utilizar mecanismos de desgaste de materiais, como lixar, desfiar, queimar e tingir as peças.

Como já fora mencionado no tópico 2.3.1 *Pilares Estéticos*, destacado por LoBrutto (2002), o método mais prático e consciente ambientalmente de acrescentar idade e desgaste a uma peça é adquirir roupas de segunda mão. Utilizar uma peça de vestuário nova, além de não ser sustentável, reduz a vida útil do item, pois, uma vez desgastado, é difícil recuperá-lo. Com uma peça de segunda mão, seu próprio desgaste é reaproveitado e “melhorado” para se adequar à narrativa. La Motte (2001) destaca uma série de materiais e técnicas que podem ser usados para “destruir” uma roupa, como o uso de spray de cabelo, spray de couro, tintas variadas, papéis de lixa, instrumentos de corte e sem corte, e vários tipos de óleos. O modo de usar esses materiais é praticamente infinito, gerando resultados diversos dependendo do efeito desejado. La Motte alerta que o tipo de material das roupas deve ser levado em consideração, pois pode alterar o efeito da técnica, portanto, os processos devem ser realizados vagarosamente, percebendo como as técnicas afetam a peça. La Motte descreve alguns dos métodos inusitados usados para a composição de figurinos:

Se quiser que a peça pareça velha e descaída, coloque pedras nos bolsos e depois pendure-a num manequim e molhe-a. Agora, pode pulverizar a zona superior dos ombros, o peito, o centro das costas e a parte exterior dos braços com uma mistura de lixívia e água para criar algum desbotamento. Por vezes, cobrimos um manequim com um saco de lixo de plástico e depois colocamos a peça de vestuário sobre ele para trabalhar. O envelhecimento parece mais natural se for feito desta forma, devido à forma do corpo da forma, especialmente na zona dos ombros 61 (La Motte, 2001, p. 103).

Portanto, La Motte demonstra que, mesmo com instrumentos simples, é possível criar visuais interessantes através de processos meticulosos, como o uso de pedras, aplicação de lixívia e manipulação cuidadosa da peça num manequim, permitindo aos designers de figurino criar um envelhecimento e desgaste realistas, tornando as roupas autênticas e visualmente impactantes.

---

<sup>61</sup> Tradução livre de: If you want the garment to look old and droopy, put rocks in the pockets and then hang it up on a dress form and get it wet. Now you can spritz the top shoulder area, chest, center back and outer arms with a mixture of bleach and water to create some fading. Sometimes we cover a dress form with a plastic trash bag, then put the garment on that to work on. The aging looks more natural if it's done this way because of the body shape of the form, especially at the shoulder area.

Alguns projetos podem requerer uma grande quantidade de peças desgastadas, como é o caso dos filmes de Faroeste. Para retratar um ambiente hostil, com muita poeira e pouca limpeza, o desgaste e a sujidade das roupas são essenciais. Nesse sentido, as peças de segunda mão auxiliam o designer de figurino a alcançar a aparência desejada para a ambientação. Um exemplo dessa técnica pode ser observado na figura 20 através dos figurinos do filme “Rápida e Mortal” de 1995.



Figura 20 - Figurinos do filme “Rápida e Mortal” (1995). Fonte: Captura de Ecrã do filme pertencente à TriStar Pictures.

É importante ressaltar que a técnica de desgaste das roupas para figurinos exige habilidades e conhecimentos específicos dos designers de figurino, pois é preciso equilibrar a autenticidade com a funcionalidade e a durabilidade das peças, garantindo que elas resistam às exigências das performances sem comprometer a estética pretendida.

Para investigar diferentes métodos e os seus resultados, Bigolin et al. (2022) conduziram testes e análises sobre como determinadas técnicas alteram as peças de vestuário e podem ser utilizadas para reinventar novas ideias. Com um método projetual baseado na experimentação com roupas subaproveitadas, a análise foi pautada na prática, através de diferentes formas de documentação fotográfica examinadas e exploradas de maneiras distintas, com o objectivo de compreender criativamente as propriedades, condições e potenciais dos materiais residuais. A amostra incluía peças de vestuário, roupas íntimas, acessórios, artigos de cama, banheiro e outros têxteis. Os pesquisadores recolheram e compilaram o que chamaram de “Inventários de Materiais”, realizando a catalogação com análise e coleta de informações de cada uma das peças, incluindo dados como: tipo de peça, data de recolha, fibra do tecido, tamanho, cores, descrição das técnicas de modelagem e silhueta, marca ou produtor, data de produção aproximada, lugar de origem, local de compra, preço e informações da etiqueta.

As peças foram divididas em metodologias de experimentação, que constavam na modificação das peças e composição através de registo fotográfico. Três metodologias foram criadas, sendo estas: “Biografia de Vestuário”, a “Topologia de Vestuário” e a “Geografia de Vestuário”. Em cada uma delas diferentes técnicas foram utilizadas, proporcionando a transformação, visualização e especulação de forma lúdica. Certas peças eram cortadas, agrupadas e compostas de modos variados e pouco usuais, permitindo assim, olhares e percepções múltiplas ao designer, que

poderia não ter imaginado as peças daquela maneira na ideia inicial. Uma peça não precisa estar restrita aos seus moldes originais, podendo ser reorganizada e transformada em produtos completamente diferentes do original.

As Biografias de Vestuário focam na visualização e especulação de dados biográficos dos materiais, permitindo que os designers considerem mais profundamente as propriedades dos materiais, realizando intervenções profundas nas peças. As Topologias do Vestuário exploram de perto a relação entre o material, o corpo e a vestibilidade. Nessa abordagem, não há fixação, junção ou desconstrução dos materiais; em vez disso, eles são fotografados em topologias semelhantes, como o tipo de material, a cor e o gênero. Esse método questiona ainda mais a noção de utilização e função originais dos materiais e como eles são destinados a ser usados.

Por fim, as Geografias do Vestuário são uma abordagem metodológica para abstrair os elementos e a identidade do vestuário através da redução da forma e dos detalhes, permitindo e apresentando uma perspectiva superficial do caráter estético do vestuário. O desenho de linhas ou sistema de linhas no chão, a seleção de peças de vestuário e a disposição das peças de vestuário ao longo das linhas ou dentro do sistema de linhas no chão são algumas das instruções para essa abordagem. As abordagens podem ser vistas nas figuras 21 e 22 a) e b) que a seguir se apresentam:



Figura 21 – Exemplo de Biografia de Vestuário. Fonte: Bigolin et al. (2022)



Figura 22 – **a)** Exemplo de Topologia de Vestuário. **b)** Exemplo de Geografia de Vestuário. Fonte: Bigolin et al. (2022)

Em geral, essas abordagens facilitam o desenvolvimento de competências analíticas e criativas, incentivando a análise das origens dos materiais, seu potencial de vida passada e de reutilização. Também permitem que os designers considerem mais profundamente as propriedades dos materiais, proporcionando uma abordagem visual para entender a potencial utilização e as

condições a que podem estar expostos. Essas abordagens permitem visualizar as roupas de uma maneira diferente e estimular a criatividade, seja para misturar técnicas posteriormente com o *upcycling* ou para a combinação de diferentes coordenados servindo à produções de moda e ao figurinismo.

Dessa maneira, pudemos perceber que ao agregar a reutilização de roupas e técnicas como o *upcycling* e outras ao figurinismo, os designers de figurinos têm em mãos uma ferramenta poderosa para criar trajes autênticos, sustentáveis e visualmente impressionantes. Essas práticas promovem uma abordagem mais consciente em relação à moda, valorizando a singularidade de cada peça e contribuindo para uma indústria da moda mais responsável e criativa. A reinvenção de materiais descartados e a incorporação de características únicas nas peças ampliam o potencial de expressão artística e comunicativa dos figurinos, tornando-os verdadeiros narradores e personagens que cativam e envolvem o público. Com criatividade e sensibilidade, os designers de figurino podem explorar todo o potencial dessas técnicas, garantindo que suas criações sejam verdadeiras obras de arte que transcendem o palco e a tela, deixando um impacto duradouro na história da moda e do entretenimento.

## 4 Componente prática: o processo criativo de figurinos sustentáveis

O presente capítulo conduzirá o leitor através de uma jornada no universo da criação de figurinos, com o objectivo de promover uma abordagem mais consciente e ecologicamente responsável. Neste estudo, explora-se como os princípios da reutilização podem servir de base para um processo criativo único, capaz de transformar peças descartadas em verdadeiras obras de arte. Nesse contexto, o processo de criação de figurinos assume a sustentabilidade como prioridade, sem esquecer que a originalidade e a expressão artística são tão importantes quanto a funcionalidade e a identificação com a narrativa. Ao longo deste capítulo, será explorado como a reutilização de roupas de segunda mão, o *upcycling* e a aquisição de peças de segunda mão se tornaram princípios fundamentais no processo de criação dos figurinos do filme universitário “Útil e Desagradável”, enriquecendo a linguagem visual e a representação dos personagens na produção audiovisual.

Primeiramente, apresenta-se o processo de pesquisa e criação dos figurinos, o qual foi adotado um método baseado na integração das técnicas de compra e aluguer em lojas de segunda mão, reutilização e *upcycling*, unindo conceitos previamente apresentados ao longo deste trabalho. Em seguida, adentra-se nos bastidores da produção audiovisual específica, explorando detalhadamente o processo de criação dos figurinos sob a perspectiva da abordagem sustentável. Investiga-se também os desafios e as soluções do processo da produção, destacando como as escolhas criativas agregaram autenticidade ao projeto. Por fim, irá analisar-se como os figurinos foram recebidos durante as rodagens do filme e o processamento de finalização após a utilização dos materiais. Sendo assim examinado como a abordagem consciente em relação ao vestuário dos personagens influenciou a experiência geral da produção.

Através dessa exploração abrangente e imersiva, apresenta-se ao leitor uma compreensão profunda do processo prático de pesquisa que levou à criação de figurinos de segunda mão. Mais do que uma simples escolha estética, essas práticas criativas demonstram como a moda pode ser uma poderosa ferramenta de expressão artística, responsabilidade ambiental e narrativa visual impactante, moldando um futuro promissor para o figurinismo e a indústria da moda.

### 4.1 Metodologia de criação

Com base nos fundamentos teóricos dos autores analisados, bem como nas práticas sustentáveis aplicadas à moda e ao figurinismo, delineia-se o processo criativo adotado para conceber e elaborar os figurinos para produções cinematográficas. Neste tópico, é apresentada a metodologia utilizada para a criação dos figurinos, unindo as técnicas e abordagens estudadas ao longo desta pesquisa. A integração dos conceitos de reutilização de roupas de segunda mão, *upcycling*, *garimpo* e a conscientização ambiental será o ponto central da abordagem, conectada ao processo

de condução do trabalho do designer de figurino numa produção audiovisual. Foi utilizada como base do processo usual do designer de figurino a sequência de ações descritas por La Motte (2001) demonstrada nesse trabalho na *Tabela 1- Processo de um figurino por La Motte*. Além das ideias do autor, outros autores tiveram importância na criação da metodologia, como Ingham e Covey (1992), Clancy (2014) e John (2021). Na parte de reutilização de roupas de segunda mão, o fluxograma de Fernandes et al. teve grande influência, como foi mostrado anteriormente na *Figura 18 – Reprodução pela autora do Fluxo do ritual de garimpo criado por Fernandes et al.* – . A metodologia referida é representada no fluxograma das figuras 23 e 24, como podem ser vistas de seguida:

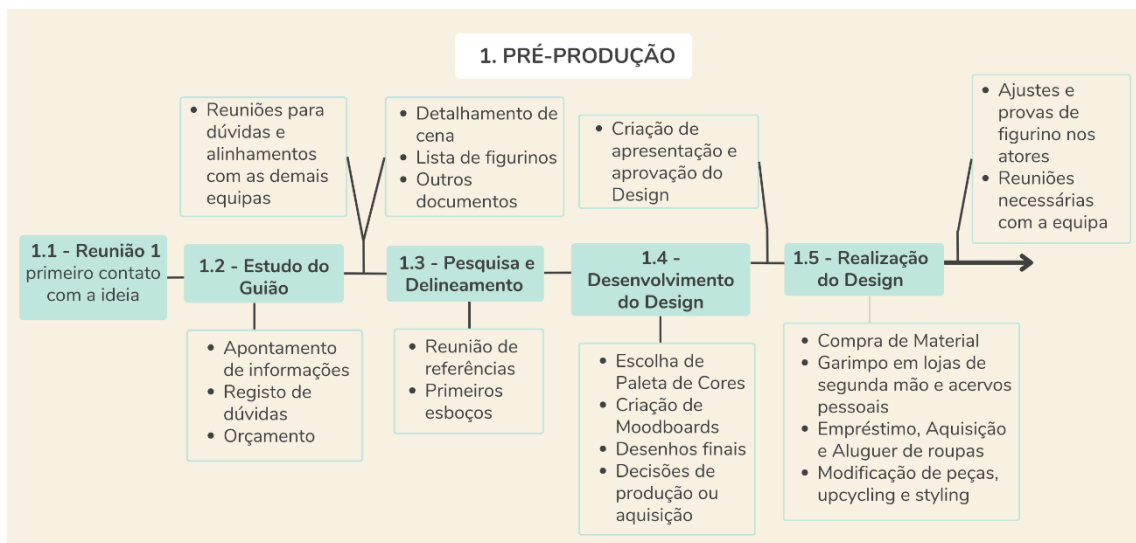


Figura 23 – Fluxograma parte 1: Pré-Produção. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

Na primeira parte do fluxograma (figura 23) é representada a fase 1- Pré-Produção (Bordwell et al., 2020) do filme, abrangendo 5 etapas: 1.1 Reunião 1, 1.2 Estudo do Guião, 1.3 Pesquisa e Delineamento da ideia do figurino, 1.4 Desenvolvimento do Design seguido da 1.5 Realização do Design.

A fase “1.1 Reunião 1” (La Motte, 2001, LoBrutto, 2002 & John, 2021) corresponde a um momento crucial no início de um projeto cinematográfico, definido pelo primeiro contato com a ideia do filme e o início da interação entre os membros da equipa envolvida na produção. Os profissionais responsáveis pelo figurinismo têm a oportunidade de conhecer o guião ou a sinopse do filme, bem como se familiarizar com a visão e a proposta artística do realizador. É nessa ocasião que os primeiros insights e impressões sobre o projeto são compartilhados e discutidos, também podem ser discutidos os recursos orçamentários destinados ao figurinismo e a possibilidade de poderem ser utilizadas peças de segunda mão na criação dos figurinos.

Em seguida, a fase do “1.2 Estudo do Guião” (La Motte, 2001, Viana & Pereira, 2015 & John, 2021) dá-se como um momento de imersão e análise detalhada do roteiro do filme por parte da equipa de designers de figurino. Neste estágio, ocorre uma leitura profunda, com o objectivo de identificar todas as necessidades relacionadas aos figurinos e compreender as nuances dos

personagens e da narrativa, além das especificidades de cada cena e ambientação. Esta etapa ajuda a planejar o orçamento e considerar opções de utilização de roupas de segunda mão.

No interlúdio entre a fase do “1.2 Estudo do Guião” (Anderson & Anderson, 1984) e a subsequente “1.3 Pesquisa e Delineamento”, são realizadas reuniões estratégicas para o esclarecimento de dúvidas e o alinhamento com as demais equipas envolvidas na produção cinematográfica. Além das reuniões, durante esse período, o designer de figurino e sua equipa também se dedicam à criação de documentos importantes para o planeamento e organização do figurinismo.

Na fase de “1.3 Pesquisa e Delineamento” (La Motte, 2001, Iglecio, 2012 & Clancy, 2014) o processo de criação dos figurinos adquire contornos mais concretos e detalhados, nesse estágio, o designer de figurino mergulha numa ampla pesquisa, reunindo referências visuais, artísticas e históricas. Na “Reunião de Referências” todas as referências coletadas são analisadas e avaliadas quanto à sua pertinência e harmonia com o conceito geral do filme e começam a ser criados os primeiros esboços. Sugere-se já agregar a utilização de roupas de segunda mão no processo, estudando como essas peças podem se encaixar na narrativa e na estética do filme.

Na fase de “1.4 Desenvolvimento do Design” (Ingham & Covey, 1992, La Motte, 2001, Clancy, 2014, Landis, 2015 e John, 2021) o processo criativo dos figurinos avança, nessa etapa o designer de figurinos deve explorar a estética e as características individuais de cada personagem, criando as paletas de cores e os *moodboards*, que serão fundamentais para a conceção final dos trajes. As decisões de produção, confeção ou aquisição são tomadas com base nos figurinos finais e na análise das necessidades de cada um, considerando fatores como o tempo disponível, o orçamento do projeto e a viabilidade de encontrar peças que se adequem à proposta do filme. Ao fim do trabalho é sugerido pela autora que se faça uma apresentação visual da pesquisa e do que fora delineado, essa apresentação deve ser mostrada ao realizador, para a sua aprovação. Com a ideia aprovada pode se seguir a produção.

Na fase de “1.5 Realização do Design” (Ingham & Covey, 1992, La Motte, 2001, Gwilt, 2020 & Fernandes et al., 2021), todo o planeamento e conceção dos figurinos se materializam. Nesta etapa, o designer de figurinos realiza a compra de materiais necessários para a produção, como retorsaria, tecidos, colas e outros elementos. Uma parte importante dessa fase é o processo de *garimpo*, no qual o designer explora lojas de segunda mão e acervos pessoais de forma a encontrar peças que possam ser reutilizadas e/ou modificadas para atender às necessidades dos figurinos. Inicia-se também o processo de modificação das peças, o designer pode aplicar técnicas de *upcycling*. O *styling* dos figurinos também ganha vida através da combinação e harmonização das peças, acessórios e adereços.

Na etapa final do estágio de “1. Pré-Produção”, há os últimos ajustes e provas de figurino, podendo ser necessário utilizar as roupas ao longo de ensaios, garantindo que elas estejam em perfeita harmonia com as características e ações de cada personagem. Ademais, reuniões com a equipa antes das rodagens foram necessárias para que todos os aspetos da produção estivessem alinhados.

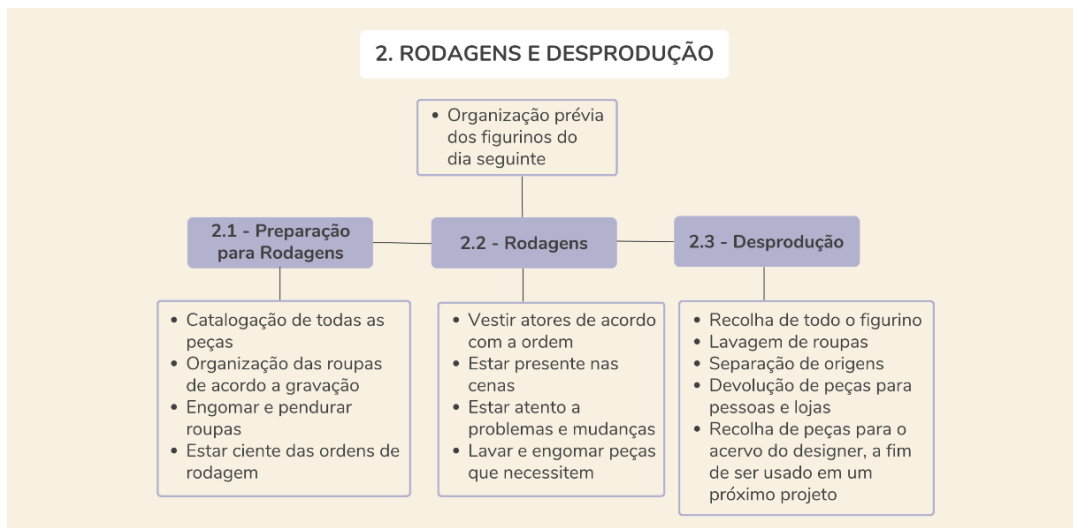


Figura 24 – Fluxograma parte 2: Rodagens e Desprodução. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

Na continuação da realização do filme, há a segunda parte do fluxograma (figura 24) onde é representada as fases de “2. Rodagens e Desprodução” (Bordwell et al., 2020) do filme, que abrange três etapas: “2.1 Preparação para Rodagens”, “2.2 Rodagens” e “2.3 Desprodução”.

Na fase de “2.1 Preparação para Rodagens” (La Motte, 2001), todas as peças de figurino são minuciosamente catalogadas com informações sobre origem e características. Isso serve como referência para a equipa de figurino durante as filmagens. As roupas são organizadas de acordo com a cronologia das cenas e atividades como engomar são realizadas para a preparação das peças antes das filmagens.

Durante a etapa de “2.2 Rodagens” (La Motte, 2001), todo o planejamento e preparação cuidadosa concretizam-se com a gravação do filme. Durante as rodagens, a equipa de figurino realiza a organização prévia dos figurinos para o dia seguinte, garantindo que todas as roupas necessárias estejam prontas. Lavar e engomar são atividades recorrentes. A equipa também se mantém flexível para lidar com mudanças ou imprevistos durante as filmagens, ajustando os figurinos conforme necessário. Durante as cenas, o designer de figurino veste os atores de acordo com a programação e monitoriza o estado das roupas.

A última fase da metodologia apresentada é a “2.3 Desprodução” (La Motte, 2001), nesta fase todas as peças utilizadas no figurino são recolhidas e organizadas. A limpeza adequada é essencial para garantir que as peças estejam em perfeitas condições para serem devolvidas ou armazenadas. As roupas emprestadas e alugadas são devolvidas aos proprietários, enquanto as peças compradas podem ser armazenadas para projetos futuros ou vendidas à equipa, proporcionando uma economia criativa e sustentável. Essa fase encerra o ciclo do figurino no filme, garantindo um retorno adequado das peças e a possibilidade de reutilização em futuros projetos.

## 4.2 Processo do filme “Útil e Desagradável”

No tópico que a seguir se apresenta, será explorada a aplicação prática da metodologia no filme “Útil e Desagradável”. Os desafios enfrentados, as soluções criativas encontradas e os impactos visuais no contexto deste filme serão analisados, ao mesmo tempo em que se avaliará a eficácia das técnicas de reutilização de roupas de segunda mão. Ao emergir nos detalhes do projeto “Útil e Desagradável”, há a oportunidade de compreender como a teoria se traduz na prática, demonstrando como a moda sustentável pode ser integrada com sucesso no cinema, oferecendo uma abordagem inovadora e consciente na criação de figurinos. Dividido em três fases principais - Pré-Produção, Rodagens e Desprodução – este processo será analisado com detalhe, evidenciando como cada etapa contribuiu para a realização dos figurinos e como os princípios sustentáveis foram incorporados em cada aspecto do projeto.

### 4.2.1 Pré-Produção

Durante a fase de Pré-Produção do filme “Útil e Desagradável”, ocorreu a maior parte do processo de criação dos figurinos. Primeiramente, houve uma “1.1 Reunião 1”, onde a equipa discutiu a narrativa do filme. Em seguida, entrou-se na fase de “1.2 Estudo do Guião”, que incluiu uma análise minuciosa do roteiro do filme, mapeando as personagens e suas necessidades figurativas. Nas fases de “1.3 Pesquisa e Delineamento” e “1.4 Desenvolvimento do Design” foram trabalhadas as ideias para os figurinos, focando na sustentabilidade e expressão artística. Por fim, na etapa de “1.5 Realização do Design”, os conceitos foram concretizados através do *garimpo* e das diversas maneiras de aquisição e transformação das roupas.

#### a) Primeiros contatos

Primeiramente, teve lugar a reunião inaugural, na qual todas as inspirações e ideias foram organizadas para criar uma visão coerente para os figurinos. A etapa inicial do processo de criação dos figurinos, denominada “1.1 Reunião 1”, abrangeu um momento crítico de interação entre o realizador do filme, João Gomes, e a designer de figurinos. Neste encontro, o realizador convocou a equipa de arte para partilhar a essência do filme em discussão. Durante esta sessão, João Gomes introduziu a narrativa através de uma sinopse concisa, priorizando a explicação das nuances emocionais nas trajetórias das personagens.

A série televisiva “Normal People” (2020) surge como a principal referência visual e narrativa para o filme “Útil e Desagradável”, delineando uma história que ressoa profundamente nas complexidades humanas. A série de televisão retrata o crescimento de dois indivíduos, cujo seu relacionamento peculiar ilustra a história de amadurecimento, entrelaçando-se mesmo quando a distância física os separa. Esta riqueza temática serviu de inspiração para o realizador do filme “Útil e Desagradável”, que propõe uma narrativa com um olhar profundo sobre os altos e baixos dos relacionamentos, sejam eles amorosos ou fundamentados na amizade, propagando a dualidade da condição humana, representada proeminente pela solidão.




Figura 25 – Série televisiva “Normal People” (2020). Fonte: Captura de Ecrã da série pertencente à Element Pictures.

Na narrativa do filme “Útil e Desagradável”, os protagonistas Sam e Sali personificam essa dualidade em evolução. Sam, um jovem que procura superar o isolamento que o tem acompanhado, embarca numa jornada de transformação pessoal. Por outro lado, Sali, destemida e resiliente, depara-se com a necessidade de aceitar e conviver harmoniosamente com a sua própria companhia. No entrelaçar destas narrativas individuais, emerge uma rede de personagens, cada um com sua carga narrativa significativa. Carol, uma figura crucial na narrativa, assume o papel de interesse romântico de Sam e a melhor amiga de Sali. Já Solo é o confidente perpétuo de Sam, enquanto Vasco, o namorado de Sali, contribui para a narrativa da jovem com as suas reviravoltas emocionais e autodescoberta. O enredo completo da história pode ser encontrado no Apêndice em 1. Tratamento Cinematográfico.

As principais informações e resultados da “1.1 Primeira Reunião” podem ser consultados na figura a seguir:

## Resultados da Primeira Reunião



**Primeira Reunião**

- Interação inicial com a narrativa e as personagens.
- A discussão entre a equipa de arte sugeriu referências visuais para os perfis das personagens.
- O realizador definiu datas e duração das filmagens: seis dias, a serem realizados dois meses após a reunião.
- Destacou-se o desafio central: a cena da Gala, exigindo trajes elaborados.
- O orçamento total para o Departamento de Arte foi de 500€, exigindo gestão cuidadosa dos recursos.

Figura 26 – Resultados da Primeira Reunião Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

Após a conclusão da etapa inicial da “1.1 Reunião 1”, seguiu-se a fase subsequente do processo, o “1.2 Estudo do Guião”. O Realizador providenciou o envio do Guião para a designer de figurinos e para os restantes elementos da equipa de arte. O estudo deste assegurou uma apreciação alinhada às demandas do vestuário e cenografia imposta pela narrativa. A compreensão dos cenários, neste contexto, também foi primordial para determinar o estilo das vestimentas. As singularidades de cada ambiente, definidas pelas suas características e atmosferas distintas,

emergiram como fatores determinantes dos figurinos. Desta forma, delinearam-se quatro categorias de locais: o ambiente académico da faculdade, o espaço pessoal das residências das personagens, as ruas urbanas da cidade e o cenário de grandeza da gala. A identificação destes contextos permitiu a conceção de um enquadramento coerente para a seleção das vestimentas, ponderando se a ocasião demandava um traje formal, informal, confortável ou, até mesmo vestimentas específicas. Na figura seguinte podem ser vistas referências visuais dos locais, fornecidas pela equipa de cenografia:



**Faculdade - (Fotografia Universidade de Coimbra)**



**Ruas da Covilhã - (Fotografia de Miguel Pereira da Silva/GI)**



**Ambiente domiciliar - (Fotografia Pinterest <https://pin.it/2F1XOC1>)**



**Gala - (Fotografia filme "Prom" - 2011)**

Figura 27 – Imagens representativas dos ambientes do filme cedidos pela equipa de Cenografia. Fonte: Universidade de Coimbra, Evasões, Pinterest e Captura de Ecrã de filme pertencente à Walt Disney Pictures.<sup>62</sup>

Nesta conjuntura, todas as personagens presentes nas cenas foram criteriosamente listadas, com uma hierarquia que se desdobrava desde os personagens de mais proeminência até aqueles com um grau mais subalterno na história. Desta forma, uma demarcação crucial foi estabelecida, definindo dois arquétipos fundamentais de figurino: as indumentárias de uso cotidiano, predestinadas às cenas ambientadas na Faculdade, nas Ruas e nas Residências dos personagens, e o traje solene e elegante, destinado à ocasião da Gala, que ostenta um papel central na história. Adicionalmente, foi efetuado um levantamento preciso dos objectos e peças de vestuário de relevância narrativa que estavam presentes no Guião. Durante esta fase, surgiram perguntas sobre a quantidade de figurantes, a personalidade dos protagonistas e os detalhes ambientais, que foram registadas para discussões posteriores. A partir desta análise contextual, o primeiro

<sup>62</sup> Links: <https://www.uc.pt/sasuc/apoios/alimentacao/idades-alimentares/cantina-luzio-vaz-restaurant-polo-iii/>; <https://www.evasoes.pt/roteiros/roteiro-pela-criativa-covilha-entre-arte-urbana-e-lugares-de-bem-comer/1026660/>; <https://pin.it/2F1XOC1> , consultado em: Junho de 2023.

documento a ser realizado foi a “Planeamento do Figurino”, uma listagem das cenas e os respetivos trajes pertinentes de cada uma, definindo as trocas de roupa planeadas para cada sequência e detalhes já presentes no Guião. Com base neste documento, foi elaborado o “Orçamento” do figurino. Com a necessidade de distribuir o orçamento de forma justa entre as áreas do Departamento de Arte, o processo foi coordenado em equipa com as restantes áreas de Cenografia, Adereços e Maquilhagem. O Orçamento detalhado pode ser consultado no Apêndice 2. Orçamento do Departamento de Arte.

### b) Desenvolvimento da ideia

Após o “1.2 Estudo do Guião”, realizou-se uma reunião subsequente com o realizador, que se desdobrou num diálogo frutífero destinado a aprofundar a compreensão das personagens principais. A designer de figurinos, através de uma série de perguntas cuidadosamente elaboradas, trouxe uma vasta gama de características, abrangendo aspetos como a idade, género e sexualidade, posição social e postura física. A conversa, que ultrapassou o limiar da mera caracterização visual, também adentrou nos domínios emocionais e psicológicos das personagens, as questões foram exploradas para fundamentar a construção de um ethos verossímil.

O processo de investigação das personagens integra-se no esforço para compreendê-las e, assim, criar símbolos críveis através das vestimentas, é importante realçar que muitas informações normalmente não estão contidas no Guião. A designer também se empenhou em encontrar representações tangíveis, recorrendo à associação com indivíduos reais. Uma estratégia adotada foi a inclusão de amigos e conhecidos do realizador e da própria designer de figurino como referências visuais, promovendo um cruzamento entre a ficção e o real. Desta forma, através do diálogo na referida reunião, a designer pôde resumir a personalidade das personagens principais da seguinte maneira esquematizada na figura 28. Mais detalhes podem ser conferidos no Apêndice, em 3. Aprofundamento das Personagens.



Figura 28 – Quadro de Personalidade das Personagens do Filme. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

Durante o decorrer da reunião emergiram nuances de grande significância, os dois principais protagonistas, Sam e Sali, experienciam transformações psicológicas ao longo do desenvolvimento do enredo, sugerindo uma oportunidade valiosa de refletir essas evoluções também através das suas indumentárias. Adicionalmente, o realizador enfatizou o seu desejo de conferir aos personagens um estilo em consonância com a moda e uma aparência esteticamente agradável. Também foram fornecidos outros esclarecimentos cruciais pelo realizador para eliminar incertezas, abrangendo variáveis como o número médio de figurantes presentes em cada cena.

Subsequentemente à conclusão da reunião e à aprovação do orçamento, iniciou-se a fase “1.3 Pesquisa e Delineamento”, que desencadeou um período de trabalho intenso que se estendeu por aproximadamente duas semanas. A pesquisa das personagens constituiu-se através de observação de personagens de séries e filmes, e, em particular, as figuras do mundo real escolhidas criteriosamente pela designer e pelo realizador. A pesquisa cuidadosa de vestuário desses indivíduos foi preponderante na contextualização da pesquisa. A recolha de imagens de referência materializou-se mediante a criação de um repositório no Pinterest. A fim de criar uma categorização sistemática, cada um dos três protagonistas recebeu uma subpasta individual, acomodando não apenas imagens representativas das concepções de vestuário, mas também aquelas que reverberassem os traços distintivos das suas personalidades. A exploração visual no ambiente do Pinterest desdobrou-se na procura de imagens que ecoassem a essência das personalidades que foram definidas como fonte de inspiração para a caracterização dos protagonistas. A pasta do filme pode ser visualizada na figura 29, mais imagens da pesquisa inicial de cada personagem podem ser vistas no Apêndice em 4. Imagens do Pinterest.

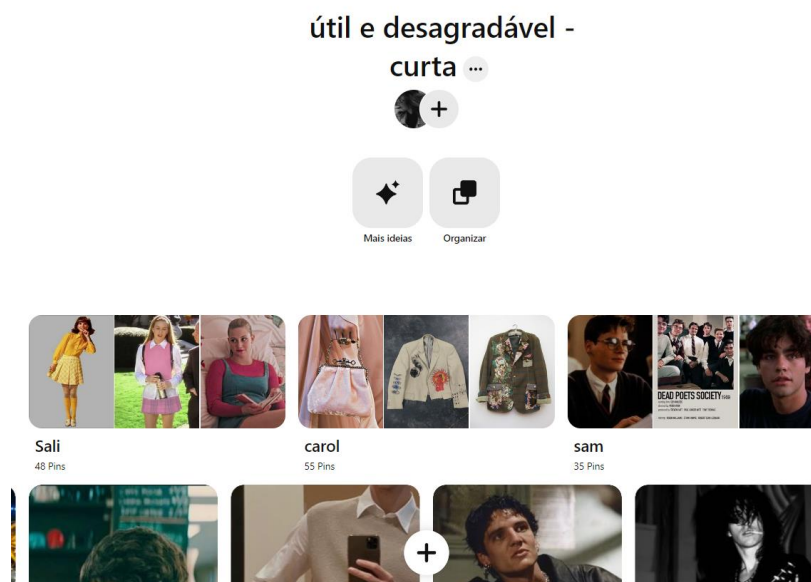


Figura 29 – Pasta do Pinterest do Curta-Metragem. Fonte: Captura de ecrã em Julho de 2023.

Além da plataforma Pinterest, a recolha de informações expandiu-se para o Instagram, onde empreendeu-se uma pesquisa de imagens retratando indivíduos cujo estilo compartilhasse afinidades com as personagens do filme. O processo de conceber um estilo distintivo para cada

personagem desdobrou-se, de certa forma, de maneira orgânica, sendo impulsionado pela latente expressividade das próprias personalidades fictícias. A sequência da primeira parte da pesquisa e a definição das referências forneceram um alicerce para o esboço visual dos personagens. Este estágio progrediu rapidamente para a seleção de componentes mais particulares, abordando aspectos mais minuciosos.

Finalizada a pesquisa, o processo segue para a etapa “1.4 Desenvolvimento do Design”. A deliberação abraçou o delineamento das paletas de cores das personagens, as suas silhuetas e os variados tipos de texturas e tecidos que contribuiriam para definir o visual. O processo de seleção das paletas de cores individuais foi associado aos traços distintos de cada personalidade, chegando a essas paletas de cores específicas representadas na figura 30:

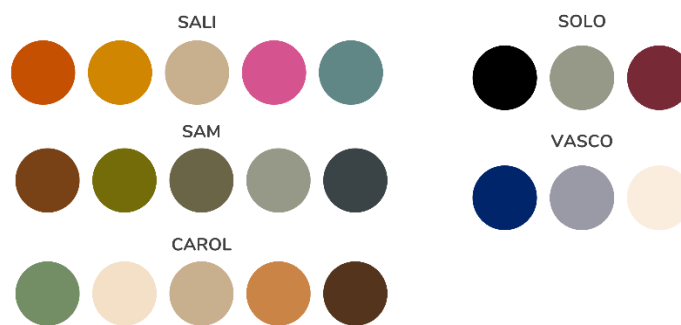


Figura 30 – Paletas de cores de cada personagem. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

Muitas das cores foram decididas em conjunto com o realizador durante a referida reunião de caracterização das personagens. Posteriormente, a designer refinou cada matiz. A seleção das paletas de cores atribuídas a cada personagem foi motivada por uma análise cuidadosa das suas características intrínsecas:

- Sali, emergem tons de laranja, rosa, bege e azul-claro e intenso, encapsulando a efervescência do entusiasmo, a alegria inerente e o dinamismo subjacente.
- Carol, cuja conexão com a natureza é emblemática, tem a sua expressão em tons verde-oliva, creme, laranja e castanho, tangenciando a vitalidade e a harmonia com os elementos naturais.
- Sam, apesar de partilhar algumas tonalidades semelhantes com Carol, abraça uma paleta onde o verde e o castanho coexistem em harmonia com o cinza, induzindo uma matização atenuada, traduzindo traços de confiabilidade e estagnação, e a presença dos tons frios corrobora a sua autoestima retraída.
- Solo, portador de um estilo inspirado no universo rock dos anos 90, converge para tons mais sombrios, como o vermelho, o bordeaux e o preto.
- Vasco, dotado de uma persona desprovida de singularidade marcante, adere a tons de azul, branco e creme. Esta paleta neutralista emite uma aura de autoconfiança contida e imparcialidade.

Com o intuito de articular a evolução emocional dos protagonistas, a designer tomou a decisão de empregar uma estratégia cromática progressiva das paletas de cores das personagens principais, Sam e Sali. A abordagem adotada abraça a sutileza ao invés de drásticas transformações, com o propósito de manter a coesão visual e a coerência narrativa, por isso as cores não sofrem mudanças radicais. A protagonista Sali, que experimenta fases de melancolia e autocontemplação, testemunha uma gradativa redução no valor de sua paleta cromática, refletindo-se em cores mais sutilmente atenuadas e menos vibrantes, com a sobreposição de tons mais frios. A metamorfose emocional do personagem Sam é expressa enquanto ele progride na trajetória de se comunicar de maneira mais aberta com o mundo que o cerca, assim, a sua paleta inicialmente contida e obscurecida adquire uma gradual infusão de temperatura e vivacidade. Importa sublinhar que as demais personagens mantêm a sua paleta de cores inalterada. A mudança na paleta das personagens Sali e Sam pode ser observada na figura 31, a) e b):

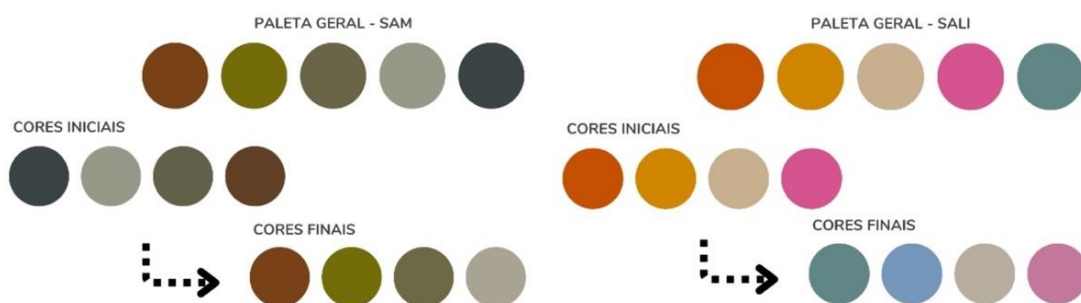


Figura 31 - **a)** Mudança na paleta de cores do personagem Sam. **b)** Mudança na paleta de cores da personagem Sali. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

Foram realizados alguns esboços iniciais para aguçar o desenvolvimento do design, mas devido o uso de roupas de segunda mão, o processo de conceção visual assumiu uma abordagem híbrida, envolvendo o desenvolvimento de desenhos entrelaçados com recortes de imagens de referências, uma estratégia ressonante com a proposta apresentada por Clancy (2014) acerca da utilização de *moodboards*. Os esboços iniciais das personagens foram feitos despreziosamente para dar início a ideia de silhueta, os desenhos são mostrados na figura a seguir:



Figura 32 – Esboços iniciais dos personagens. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.



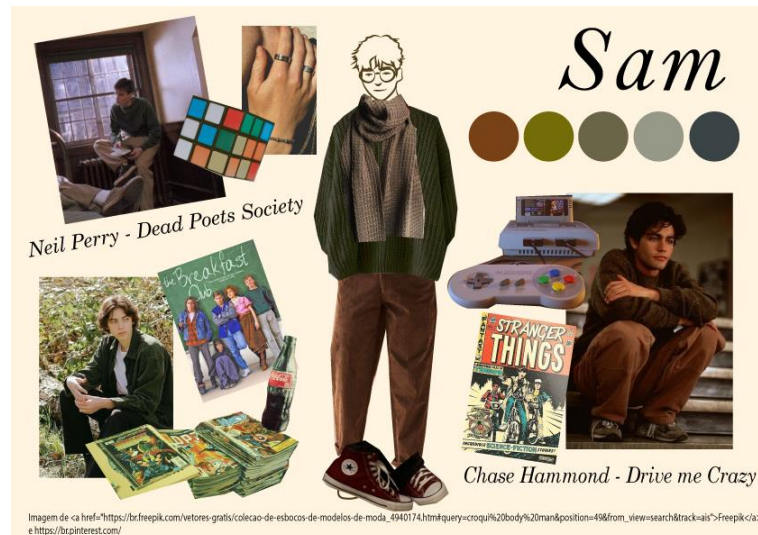


Figura 34 – Moodboard personagem Sam. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

- b) **Sam:** a imagem do personagem foi inspirada nas décadas de 80 e 90, refletindo na sua aparência, gostos pessoais e elementos decorativos no seu quarto. Os personagens de maior referência incluem Neil Perry de “Clube dos Poetas Mortos” (1990) e Chase Hammond de “A Vizinha da Porta ao Lado” (1999). Sam usa trajes de inverno, incluindo sobreposições de casacos e cachecóis, em tons terrosos e verdes. Poucos acessórios, como anéis e um discreto colar, fazem parte do seu estilo, assim como os seus tênis casuais, como Vans e All Star. O seu cubo mágico é uma peça indispensável na sua indumentária, assim como os óculos que conferem uma personalidade mais tímida e nerd. A paleta de cores evoca tons de verde e cinza, clareando gradualmente ao longo da narrativa. Apesar do eventual desalinho, ele valoriza a estética das suas roupas, atendendo às exigências do Realizador. Os tecidos predominantes são algodão, sarja e lã, priorizando o conforto.

Continuando a idealização dos *moodboards* e delineamentos, surge a personagem Carol na figura a seguir:



Figura 35 – Moodboard personagem Carol. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

- c) **Carol:** A caracterização da personagem é sofisticada e acolhedora, com influências dos anos 90 e elementos inspirados na natureza. O seu estilo é audaciosamente alternativo, incorporando sobreposições de cardigans, saias e vestidos, bem como acessórios distintivos que incluem boinas, colares e brincos, e a incorporação destemida de calçados pesados, como o ousado botim. A paleta de cores outonais e o uso de texturas como lã e algodão evocam uma atmosfera acolhedora. A caracterização da sua figura é construída com influências *grunge* e místicas, habilmente colhidas de arquétipos dos anos 90, como a icônica Gillian Owens, extraída do longa-metragem “*Magia e Sedução*” (1998), uma figura de destaque na esfera da moda, assim como a emblemática personagem Sabrina, protagonista da série televisiva “*Sabrina, a Bruxinha Adolescente*” (1996-2000).

Além dos três personagens principais, houve também um esforço em pesquisar e idealizar o figurino de dois personagens secundários, Solo, o melhor amigo de Sam e Vasco, namorado de Sali. O *moodboard* de Solo é representado a seguir na figura 36:



Figura 36 – Moodboard personagem Solo. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

- d) **Solo:** O personagem incorpora a estética vibrante do rock dos anos 80 e 90, com influências do grunge e do punk. O seu estilo é despretenso e artisticamente fluido, com uma paleta de cores dominada pelo vermelho escuro e preto, e tecidos como ganga e couro. Solo veste camisas estampadas, casacos *oversized* e jaquetas *bomber*, complementados por acessórios como lenços, brincos, anéis e colares metalizados. A inspiração para a sua caracterização remete ao músico Izzy Stradlin, dos Guns N' Roses, que personificou o visual distintivo da época.

Na figura a seguir está representado o *Moodboard* de Vasco.



Figura 37 – Moodboard personagem Vasco. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

- e) **Vasco**: O namorado de Sali, opta por trajes casuais e simplistas para transmitir autenticidade, evitando excentricidades. A sua paleta de cores inclui tons básicos como azul e bege, refletindo neutralidade visual. Inspirado no vestuário de jovens portugueses comuns, o seu estilo é simples, com peças como calças de sarja, camisa branca, casaco de ganga ou colete de lã, complementadas por acessórios discretos, como um colar corrente e um relógio. A essência da sua vestimenta reside na funcionalidade e na sobriedade.

No final do processo de Delineamento Geral, a designer optou por explorar diversas abordagens para a utilização de roupas de segunda mão na cena da Gala, que oferecia maior liberdade criativa no design dos figurinos. O conceito da Gala representava um momento crucial na narrativa, onde os personagens aspiravam a destacar-se, simbolizando o ápice da narrativa e a confluência dos eventos. Essa abordagem envolvia considerações específicas para cada personagem:

- No contexto de Sam, marcado pelo desenvolvimento da autoestima, a sua vestimenta deveria refletir essa evolução enquanto ainda mantém elementos da sua personalidade.
- Sali, no ápice da sua introspeção, necessitava de uma vestimenta que traduzisse essa fase reflexiva e o seu processo de recuperação.
- Carol, transbordando alegria e confiança, deveria estar pronta para desfrutar do momento com seus amigos.

Após uma pesquisa de referências visuais para cada personagem, a designer optou por adotar três abordagens distintas para a criação dos figurinos dos protagonistas a fim de tornar a experimentação produtiva. O traje de Sam seria adquirido em lojas de segunda mão ou bazares. A vestimenta de Sali seria obtida de lojas de segunda mão online. Por sua vez, o figurino de Carol permitia uma maior exploração criativa, envolvendo a prática de *upcycling* para personalizar peças de segunda mão conforme a carismática personalidade da personagem. Essa abordagem foi refinada a partir de esboços e pesquisa, culminando na definição dos três figurinos distintos.

O figurino de Sali foi fortemente influenciado pela personagem Kat Stratford do filme “10 Coisas Que Odeio em Ti” (1999), uma icônica obra do final dos anos 90. O vestido azul usado por Kat, acompanhado por acessórios discretos, serviu como a principal fonte de inspiração. O figurino também foi enriquecido com símbolos de borboleta para transmitir a metamorfose interna da personagem. O seu cabelo seria delicadamente preso, e a maquiagem adotada seria suave.

No caso de Sam, foi selecionado um fato castanho combinado com uma camisa social branca. Ainda foi proposto a possível troca do fato completo por uma combinação de calças sociais e suspensórios, a decisão seria baseada na disponibilidade de peças encontradas em bazares e lojas de segunda mão.

O figurino da gala de Carol, por sua vez, desfrutou de uma ampla liberdade criativa, permitindo o uso de *upcycling*. A designer optou por combinar uma blusa branca com uma saia de tule, possivelmente acompanhada por um espartilho. Uma ideia mais ampla do design foi desenvolvida para tornar o processo versátil, dessa forma poderia ser adaptada conforme as peças disponíveis ao longo do processo de *garimpo*. Acessórios discretos com temática de natureza e uma maquiagem mais marcante, com tons de verde, completaram o visual da personagem. Essa fase do processo de criação, centrada na idealização dos figurinos da Gala, representou um passo crucial na tradução visual das características e transformações dos protagonistas para o clímax da história. Os *moodboards* da Gala são representados na figura 38, a) b) e c).



Figura 38 - **a)** Moodboard para o figurino da Gala de Sali. **b)** Moodboard para o figurino da Gala de Sam. **c)** Moodboard para o figurino da Gala de Carol. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

No contexto dos demais figurinos do filme, o processo será centrado principalmente no uso de empréstimos e aluguer de peças de vestuário. Esses métodos proporcionarão uma variedade de trajes de acordo com as características e demandas dos personagens.

Para comunicar a visão artística do filme, uma apresentação completa que abrangeu cenários e figurinos foi feita em colaboração com a equipa. O realizador e o diretor de fotografia participaram de uma reunião onde os conceitos visuais foram discutidos e aprovados na sua maioria, com algumas pequenas modificações incorporadas posteriormente no documento compartilhado com a equipa via Drive do Filme. Isso marcou o início da fase de criação dos figurinos, “1.5 Realização do Design”. Um vislumbre da apresentação visual é mostrado na figura a seguir.



Figura 39 – Algumas páginas da Apresentação da Direção Artística do filme.  
Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

### c) Realização da ideia

A primeira etapa envolveu a obtenção das medidas dos atores, apesar da distância geográfica entre eles e a equipa de produção, pois estes não residiam na mesma localidade onde o filme seria feito. No entanto, a experiência profissional dos atores permitiu medições precisas e consistentes, superando esse desafio. Com relação à obtenção dos trajes para o filme, foi designado um prazo de três semanas antes do início das filmagens. Essa janela temporal revelou-se relativamente breve, exigindo um planeamento eficiente para coordenar as diversas etapas do processo de criação dos figurinos. Vale destacar que, embora os processos tenham ocorrido simultaneamente, eles serão abordados de forma sequencial para uma compreensão mais detalhada.

**Garimpo online:** A etapa de “garimpo online” foi priorizada devido à necessidade de garantir que as peças escolhidas chegassem a tempo para as filmagens. Para a obtenção do vestido da Gala da personagem Sali, a opção selecionada foi explorar lojas de segunda mão online, visando aderir ao estilo desejado e à natureza sustentável do projeto. Entre as plataformas avaliadas, a Vinted foi selecionada devido à sua ampla gama de produtos e variedade de opções em termos de cores, marcas, tamanhos, condição das peças, materiais e preços. O processo de *garimpo* online exigiu um olhar atento para os detalhes nas fotografias das peças, sendo frequente a necessidade de contactar os vendedores para esclarecer medidas específicas.

A fase de *garimpo* online demonstrou ser notavelmente bem-sucedida, especialmente devido à utilização das funcionalidades de filtro durante a pesquisa e à precisão na descoberta de peças que atendessem precisamente às medidas e especificações desejadas. A seleção de peças foi facilitada através de critérios como modelo, corte e tecido, embora a escolha virtual pudesse apresentar desafios relacionados à compreensão exata da textura do tecido. As imagens fornecidas pelos vendedores foram de considerável auxílio para essa avaliação.

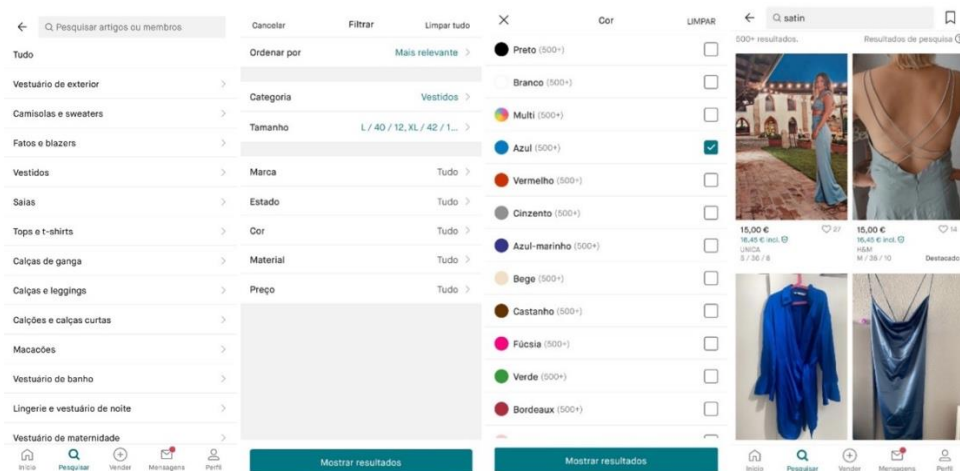


Figura 40 – Processo de procura na Vinted. Fonte: Captura de ecrã em Julho de 2023.

Dentre às opções identificadas, escolheram-se aquelas que mais se ajustavam ao design desejado. Essas escolhas passaram pela aprovação do realizador, cujo envolvimento foi crucial para a decisão final, considerando a coerência com a narrativa e a estética do filme. Como as opções tinham semelhanças significativas, o fator decisivo foi o preço e o prazo de envio. Após a compra, a peça chegou em cerca de sete dias, em perfeitas condições, correspondendo às imagens fornecidas pela vendedora.



Figura 41 – Imagens da vendedora do vestido escolhido. Fonte: Captura de ecrã em Julho de 2023.

**Garimpo físico:** A etapa subsequente envolveu a meticulosa exploração de estabelecimentos físicos de segunda mão, bazares e feiras de rua, com o propósito de identificar peças únicas dotadas de um potencial simbólico apto a representar os distintos personagens da obra audiovisual. Durante esse processo, as principais lojas visitadas na localidade incluíram a “Verdes Anos - Vintage Market” e a “DeBoutique”. Diferentes tentativas foram feitas para explorar outras lojas, porém, devido aos horários comerciais restritos e de difícil acessibilidade, a sua visita não

se concretizou. Além das lojas, a “Feira de Antiquidades e Velharias de Leiria” também foi um dos locais investigados.

Observa-se que o “Verdes Anos - Vintage Market” (representada na figura 42) se destaca como um estabelecimento bem organizado, apresentando numa ampla variedade de itens. Configurando-o como uma loja de segunda mão “gourmet”, ou seja, de natureza mais requintada, conforme categorizado por Lourenço (2017). Importa mencionar que, apesar da facilidade de acesso às peças e da considerável diversidade do inventário, os valores praticados tendem a ser um pouco mais elevados, variando entre 5€ e 50€ por item. Na visita à loja, algumas peças de notável relevância e com potencial de reutilização diversificada foram adquiridas. O fato de que essas aquisições seriam de caráter permanente impôs a condição de que as peças deveriam ser versáteis em termos de utilização.



Figura 42 – Imagens da loja “Verdes Anos - Vintage Market”. Fonte: Fotografias da loja em Junho de 2023.

No que diz respeito à loja “DeBoutique” (representada na figura 43), é possível enquadrá-la na classificação de uma loja de segunda mão “garimpo”, segundo a categorização delineada por Lourenço. A característica desta loja reside na sua ampla variedade de peças, bem como no seu espaço considerável. Contudo, é importante ressaltar que a organização e a iluminação do local mostram-se menos estruturadas, e algumas peças podem não estar no seu melhor estado. Não obstante, a diversidade considerável de peças viabilizou a conceção de inúmeros figurinos para diferentes personagens. Entretanto, é relevante observar que esta amplitude de escolha demandou um considerável período de pesquisa e seleção por parte da designer.

Durante esse processo de *garimpo*, um insight relevante tornou-se evidente: adotar uma abordagem mais estruturada pode conferir maior precisão e eficiência ao procedimento. Nesse sentido, a estratégia consistiu, primeiramente, em identificar tecidos que transmitissem a estética desejada, com foco em cores, padrões e texturas que alinhassem com a conceção visual delineada. Posteriormente, as peças individuais eram então minuciosamente examinadas para verificar se atendiam aos critérios da silhueta e do tamanho almejados.

Um aspeto notório nesse processo foi a contribuição inestimável das proprietárias das respetivas lojas. A sua colaboração revelou-se de extrema importância, uma vez que possibilitou o acesso a itens que estavam armazenados ou não estavam prontamente disponíveis nas prateleiras. A comunicação transparente das especificações e da natureza do projeto para essas colaboradoras permitiu a aquisição de peças que, de outra forma, talvez não estivessem acessíveis. A troca de

informações e a sinergia entre a designer e as proprietárias mostraram-se vitais na obtenção de figurinos adequados e representativos para a produção audiovisual.



Figura 43 – Imagens da “DeBoutique”. Fonte: Fotografias da loja em Junho de 2023.

Durante uma visita à “Feira de Antiquidades e Velharias de Leiria” (representada na figura 44), que ocorreu devido a uma viagem improvisada à cidade, a equipa deparou-se com uma ampla e diversificada gama de produtos, com ênfase especial em objectos e acessórios. Enquanto a exploração visava tanto elementos de cenário quanto peças de vestuário, constatou-se que o acervo oferecia principalmente objectos variados e adornos. Para a equipa de cenário, foi possível adquirir diversos objectos que atendiam às necessidades da produção. No entanto, quanto ao figurino, o leque de opções era mais limitado. Embora algumas bancadas apresentassem roupas a preços módicos, com valores fixados em torno de 2€ e 5€, foi notório que as alternativas eram escassas. Dentro desse cenário, uma descoberta notável ocorreu num stand que abrigava produtos diversos. Nesse contexto, uma peça de vestuário destacou-se: um conjunto de fato que apresentava medidas que correspondiam às especificações do personagem Sam. Ainda que a cor da peça divergisse ligeiramente da tonalidade desejada, a designer optou por adquirir o conjunto devido à afinidade das dimensões e da silhueta com o personagem em questão.



Figura 44 – Imagens da “Feira de Antiquidades e Velharias de Leiria”. Fonte: Fonte: Fotografias da Feira em Junho de 2023.

Em relação às peças destinadas à Gala, que seriam utilizadas no processo de *upcycling*, a equipa encontrou desafios significativos em relação à obtenção de itens que correspondessem ao design inicial. Especificamente, a procura por uma camisa branca longa, um *corset* e uma peça longa de tule não resultou em opções compatíveis. Com o tempo limitado para a realização dos figurinos e

as restrições quanto ao tempo de entrega de compras online, foi inevitável revisitar a abordagem inicial.

Durante as incursões nos estabelecimentos, na “Verdes Anos - Vintage Market”, um vestido de renda foi identificado, o que suscitou algumas ideias de adaptação. Entretanto, foi na “DeBoutique” que a equipa encontrou um vestido com saia de tule e um blazer de cor creme. Essa descoberta proporcionou uma mudança no conceito original: a ideia da camisola com *corset* foi substituída por um blazer que seria transformado numa peça *cropped*. O blazer em questão apresentava pequenos furos, possivelmente causados por traças, mas tal imperfeição não parecia insuperável. Notavelmente, a proprietária da “DeBoutique” demonstrou uma atitude generosa, oferecendo o blazer sem qualquer custo. Dado que a peça exibia defeitos e a sua venda era improvável, ela considerou essa opção benéfica para ambas as partes. Essa atitude refletiu a colaboração entre a equipa de produção e os estabelecimentos locais na procura por soluções criativas e acessíveis para os desafios encontrados durante o processo de criação dos figurinos.

O processo de *garimpo* revelou-se crucial na obtenção dos figurinos desejados. O *garimpo* físico permitiu explorar uma variedade de peças, enquanto a procura online ofereceu precisão, embora a um custo maior. Ambos os métodos enriqueceram o design, fornecendo inspiração mesmo quando as peças não correspondiam exatamente ao delineamento inicial. A procura por peças únicas estimulou a criatividade, tornando a aquisição de roupas um processo de exploração criativa.

**Aluguer e Empréstimo:** Tentativas de aluguer de roupas foram realizadas em todas as lojas visitadas. Na “DeBoutique”, a atividade foi viável, resultando no aluguer de mais de 15 peças por um valor simbólico. O empréstimo de peças foi essencial no projeto, considerando a restrição orçamental do filme. Para isso, a equipa recorreu a colegas e conhecidos, procurando a possibilidade de emprestar objectos e roupas. A seleção das pessoas baseou-se nos seus estilos pessoais, que se alinhavam com as características de certos personagens. No total, cinco indivíduos participaram do empréstimo, contribuindo com mais de 20 peças, incluindo vestuário, acessórios e calçado. Adicionalmente, alguns atores também emprestaram as suas próprias peças, especialmente calçado. Foi acordado, em ambos os casos, que as peças seriam devolvidas após as filmagens, devidamente lavadas e mantidas no mesmo estado.

Para manter um registo organizado de todas as aquisições de vestuário, cada peça emprestada foi catalogada numa folha de cálculo online, e ainda recebeu um código identificador com uma etiqueta colocada internamente, garantindo assim um controlo preciso das peças emprestadas.

**Styling e Confeção:** Após reunir todas as peças no atelier, a designer iniciou o processo de experimentar diferentes combinações de roupas para ter uma visão preliminar dos looks. Devido à impossibilidade de realizar provas de figurino antecipadas com os atores, o *styling* dos trajés era uma representação teórica do que seria possível, sendo que a avaliação real dos figurinos aconteceria apenas no momento das provas momentos antes das gravações. Idealmente, a realização de provas de figurino antecipadas é fundamental para evitar surpresas no dia das

filmagens. No entanto, devido às limitações de tempo e à indisponibilidade dos atores para estarem presentes na cidade com antecedência, a designer teve de se basear nas medidas fornecidas pelos atores e preparar-se para ajustes no dia das rodagens. Embora não seja a abordagem ideal, a falta de provas prévias é comum em projetos com restrições de tempo, como é o caso de muitos projetos publicitários. Nesses casos, ter uma ampla variedade de peças e combinações à disposição é essencial para garantir a flexibilidade necessária.

Para criar composições visualmente ricas, a designer combinou texturas, cores e sobreposições de peças, adaptando-as às variações climáticas da estação retratada (inverno para primavera). A seleção do vestuário foi guiada pelo contexto da cena, levando em consideração fatores como o horário (dia ou noite), a localização (casa ou faculdade), a iluminação da cena e o estado emocional da personagem. O entendimento de *mise-en-scène* foi fundamental na criação de figurinos que se harmonizassem com o ambiente, garantindo a continuidade visual. Algumas das combinações são mostradas na figura 45:



Figura 45 – Combinações criadas previamente para as personagens.  
Fonte: Fotografias da Autora em Junho de 2023.

O documento inicial, denominado como Planeamento de Figurino, foi aprimorado com mais detalhes ao longo do processo. Este documento tornou-se fundamental para as rodagens, pois continha descrições de cenas, locais, números de figurino, detalhes sobre o figurino e a cor correspondente ao tom emocional da cena, tudo dividido por personagem. Um exemplo dessa organização pode ser observado na figura em infra.

# ÚTIL E DESAGRADÁVEL #

PLANEAMENTO DE FIGURINO

SAM

CENA	LOCAÇÃO	ROUPA	DESCRIÇÃO	COR
1, 2 e 3	Sala de aula e Casa/Varanda	R1	camiseta branca, camisa azul, calça azul petróleo; anel sapo, anel simples e pulseira marrom	frio - mais claro pois ambiente está escuro
4, 5, 6	Sala de aula e Casa/Varanda	R2	moletom branco, calça verde petróleo, cachecol xadrez e vãs	frio - mais escura (ambiente claro)
7	Bar	R3	moletom preto, calça castanha, cachecol p&b	frio transição
9	Corredor universidade	R4	moletom branco, calça marfim, casaco preto	frio transição
14	Rua da cidade	R5	gola alta bege, calça preta de tecido, casaco verde	frio transição
15, 16	Sala de Aula e Corredor	R6	tricot verde, calça preta de tecido, casaco preto ao lado	quente
17	Gala	R7	fato castanho	quente

Figura 46 – Documento de Planeamento de Figurino. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

Dado que a maioria das peças foi obtida por empréstimo ou aluguer, modificações nas roupas não eram permitidas, o que impossibilitava qualquer alteração. A única exceção foi o figurino da Gala da personagem Carol, que desde o início foi concebido para testar a técnica de *upcycling* e, portanto, necessitava de confecção. Para este figurino, foram adquiridos um vestido social bege com detalhes em tule e um blazer creme feito de um tecido que remetia a lã e linho.

A confecção desse figurino exigiu um novo design, uma vez que a ideia original já não era viável com as peças disponíveis. A designer teve de realizar uma nova pesquisa e criar um novo desenho para o figurino, levando em consideração as características das peças adquiridas e a técnica de *upcycling* que seria aplicada.

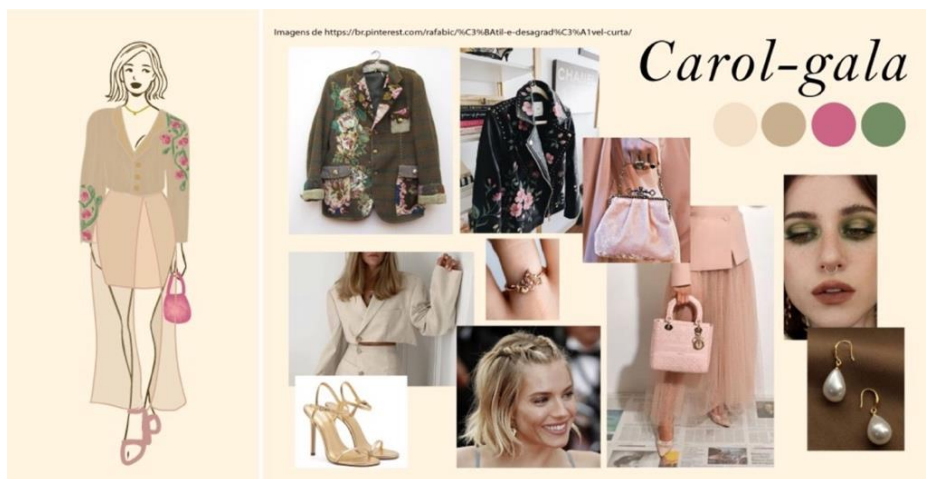


Figura 47 – Desenho do figurino e Novo Moodboard. Fonte: Desenvolvido pela autora, Junho de 2023.

O vestido adquirido estava em excelentes condições, o que levou a designer a optar por preservar toda a parte da saia, realizando a retirada apenas da região do busto. A saia era composta por uma camada longa de tule e uma minissaia anexada por baixo, e essa estrutura foi mantida intacta. Para conferir ao blazer um visual mais jovem e criativo, que refletisse a personalidade da personagem, foi tomada a decisão de transformá-lo num blazer *cropped* e adicionar detalhes de customização, como a aplicação de uma pintura com um motivo floral que se destacaria no fundo creme do blazer e alinhava-se com a afinidade da personagem pela natureza.

Na modificação do vestido, a porção do busto foi completamente removida e o fecho que ligava o busto à saia também foi retirado, sendo substituído por um colchete. A saia, que já correspondia às medidas da atriz, não necessitou de ajustes adicionais no seu tamanho. Quanto ao blazer, por ser uma peça de tamanho amplo, foi necessário realizar uma série de adaptações. Inicialmente, foi transformado num blazer *cropped*, diminuindo o seu comprimento. Posteriormente, as laterais foram ajustadas para se adequarem às medidas da atriz, e o forro também passou por modificações para se adequar à nova proporção.

Com as adaptações de estrutura concluídas, o foco voltou-se para o processo de estilização. Os botões originais foram substituídos por outros mais brilhantes, adicionando sofisticação. A pintura foi inicialmente esboçada com caneta para delinear o desenho. Em seguida, a estampa floral foi meticulosamente pintada com cores contrastantes em relação ao fundo do blazer, ao

mesmo tempo em que permanecia fiel à essência da personagem. Além da sua função estética, a pintura também serviu para camuflar os furos provocados por insetos, uma solução estratégica que garantiu que essas imperfeições não fossem perceptíveis, contribuindo para a integridade visual da peça. O processo de transformação do vestido e do blazer é representado na figura 48.



Figura 48 – Processo de modificação da saia & Processo de modificação do blazer. Fonte: Fotografias da Autora em Junho de 2023.

#### **4.2.2 Rodagens e desprodução**

A fase “2. Rodagens e desprodução” foi caracterizado pela sua intensidade e rapidez. Durante esse período são incluídas as etapas “2.1 Preparação para Rodagens”, onde há a gestão dos materiais e últimos ajustes, a “2.2 Rodagens”, que reúne todos os esforços para a realização das filmagens e por fim a “2.3 Desprodução”, em que o projeto é finalizado.

##### **a) Antes e durante as rodagens**

Na etapa “2.1 Preparação para rodagens”, os figurinos foram testados e ajustados nos atores no início das filmagens, utilizando alfinetes de segurança para garantir o ajuste ideal. Com a programação das cenas e locais definidos, as roupas foram cuidadosamente organizadas, evitando amassar. O documento de “Planeamento de figurino” foi o grande aliado da preparação, principalmente devido a grande quantidade de peças de roupa. Por motivo do limitado espaço dos locais de filmagem, apenas os itens necessários para cada dia foram transportados.

De seguida a etapa “2.2 Rodagens” inicia-se. A presença da designer de figurino durante as gravações deveria ser constante. Foi necessário monitorizar a todo o momento os movimentos dos atores para garantir que os figurinos mantivessem sua aparência original. Além disso, coordenar cabelo, maquilhagem e roupas era uma responsabilidade indispensável ao acompanhar os atores em todas as cenas, e a cada repetição de gravação destas, pois muitas vezes mais de um *take* era necessário. Esse acompanhamento contínuo foi essencial para manter a integridade visual dos figurinos ao longo das filmagens.



Figura 49 – Imagens dos atores em ação. Fonte: Fotografias da Autora em Junho de 2023.

A colaboração com outras equipas, como a de som, foi essencial para garantir que os microfones não fossem visíveis nas cenas. A designer de figurino também auxiliou nos ajustes necessários para acomodar os equipamentos de som, como é mostrado na figura 50. Além da equipa de som, verificar as imagens no ecrã da camera era frequente, portanto, lidar com a equipa de fotografia para garantir que os figurinos estavam bem dispostos na imagem era indispensável.



Figura 50– Combinação dos equipamentos de som com o figurino durante as rodagens. Fonte: Fotografia da Autora em Junho de 2023.

Gerir os figurantes representou um desafio adicional. Embora a maioria trouxesse as suas próprias roupas, a designer de figurino interveio quando alguma peça precisava ser trocada para se alinhar com o design da produção. Ao final de cada dia de filmagem, todas as roupas foram cuidadosamente devolvidas pelos figurantes, garantindo a preservação do acervo. Verificar minuciosamente os figurinos diariamente era uma prática contínua e vital. Isso garantia que as roupas estivessem limpas e em boas condições para possíveis reutilizações. Rotineiramente, as peças eram lavadas e passadas. A atenção constante aos detalhes garantia que os figurinos mantivessem a sua aparência adequada ao contexto da produção. As rodagens sublinharam a importância da supervisão contínua da designer de figurino para manter a integridade dos figurinos durante a dinâmica da produção. Além disso, a comunicação entre os membros das equipas mostrou-se essencial para uma distribuição eficaz das informações. Manter a equipa de arte informada sobre as alterações na programação das filmagens era fundamental, especialmente

quando cenas eram reagendadas para dias diferentes, para evitar problemas de continuidade visual nos figurinos, garantindo a coesão narrativa.



Figura 51 - Fotografias tiradas durante as rodagens. Fonte: Fotografias da Autora em Junho de 2023.

A sequência da gala, que representa o ponto culminante do filme, foi segmentada em dois dias de filmagem, introduzindo um desafio considerável à produção, uma vez que tanto as personagens principais quanto os figurantes deveriam estar apresentados de forma equivalente em ambos os dias. Nesse contexto, uma notável dose de organização e coordenação foi indispensável. A equipa de arte foi reforçada com a presença de uma maquilhadora, cujo papel foi essencial para alcançar a estética desejada para as cenas da festa. A administração dos figurantes, embora desafiadora, foi viável mediante uma cuidadosa coordenação. A tarefa de assegurar que todos estivessem prontos e trajados de acordo com a narrativa em ambos os dias demandou uma considerável energia organizacional, mas o trabalho foi primordial para manter a coerência visual e a continuidade da narrativa na sequência da gala.



Figura 52 – Fotografia tirada do ecrã do realizador durante as rodagens. Fonte: Fotografia da Autora em Junho de 2023.

Os figurinos concebidos para as personagens na ocasião da gala conseguiram verdadeiramente destacá-las e capturar suas personalidades de forma notável. Embora os figurinos não tenham apresentado problemas significativos, foi necessário realizar alguns ajustes para garantir que eles permanecessem impecáveis ao longo dos dois dias de gravação. Isso demonstra a importância do acompanhamento constante da designer de figurino para manter a qualidade e a aparência dos trajes durante a produção. Algumas fotografias dos figurinos das personagens principais são

mostradas a seguir, mais imagens dos respetivos figurinos podem ser encontradas no Apêndice, 6. Figurinos da Gala.



Figura 53 – Figurinos da Gala das personagens principais. Fonte: Fotografia da Autora em Junho de 2023.

As ideias propostas pela designer, como o colar com o anel usado por Sali, ganharam destaque como elementos narrativos de relevância no filme. Estes detalhes subtis, embora perceptíveis apenas para os espectadores mais atentos, acrescentaram profundidade às personagens e enriqueceram significativamente a narrativa. A capacidade de criar tais surpresas ocultas demonstra a habilidade que o designer deve ter para contribuir para a riqueza e autenticidade das personagens. O colar pode ser visto em duas situações diferentes na figura 54, a) e b).



Figura 54 - **a)** Fotografia das filmagens: colar no figurino. **b)** Fotografia das filmagens: colar como objecto na mesa. Fonte: Fotografias da Autora em Junho de 2023.

Após a conclusão do sétimo dia de filmagens, inicia-se a etapa “2.3 Desprodução”. Nesse momento todas as peças de vestuário foram recolhidas e submetidas a uma análise detalhada de acordo com a folha de catalogação. Esse processo garantia a presença de todas as peças utilizadas no projeto. Posteriormente, as peças foram devidamente lavadas e organizadas para serem entregues aos seus donos. Felizmente, não foram registados problemas significativos nas entregas das peças, tanto no que diz respeito aos empréstimos quanto ao aluguer das roupas. Esse cuidado com a logística e a manutenção das relações com parceiros externos contribuiu para a fluidez do processo.

Ao término do projeto, mais de trinta conjuntos de roupas foram concebidos e coordenados, abrangendo desde os figurantes até as personagens principais. Um total de mais de 80 peças de vestuário esteve sob a supervisão da equipa ao longo das rodagens, englobando peças de aluguer, empréstimo e aquisição. Dessas peças, apenas cinco foram mantidas no acervo pessoal da designer, incluindo uma camisola branca, um lenço, o vestido usado por Sali na gala e o conjunto resultante do processo de *upcycling*, composto pelo blazer e saia, utilizado por Carol. A estratégia de reutilização, aluguer e empréstimo de roupas demonstrou ser um método eficiente para dar vida as personagens de forma autêntica e condizente com a proposta da produção audiovisual.

Após a conclusão do projeto, foi observado que a realização de um filme, particularmente no que se refere ao figurino, depende em grande medida não apenas da designer, mas também de um conjunto complexo de fatores, incluindo tempo, orçamento, disponibilidade e a colaboração de todas as equipas envolvidas. Apesar dos desafios enfrentados, especialmente relacionados ao orçamento e ao tempo, a avaliação global é que o figurino conseguiu efetivamente transmitir a visão do filme e do realizador.

Um aspeto notável do projeto foi o balanço positivo alcançado em termos de circularidade do vestuário. Poucas peças foram retidas e a maior parte delas foi devolvida, continuando a circular através de sua venda ou utilização pelos proprietários originais. Até mesmo as peças mantidas pela designer estão destinadas a serem aproveitadas em futuros projetos. Esse ciclo de reutilização demonstrou ser uma abordagem sustentável e consciente, alinhada com os princípios da economia circular. Embora tenha havido desafios e ajustes ao longo do processo, a colaboração entre diferentes equipas e a abordagem criativa do projeto resultaram num produto final que atingiu os objectivos visuais e narrativos desejados, ilustrando a importância do figurino na construção de personagens e na criação de uma narrativa visualmente coesa. O resultado final traduziu-se em trajes de grande impacto visual, caracterizados por uma estética verossímil que atuou de forma significativa na construção dos personagens, na atuação dos respetivos atores e na narrativa visual do projeto. Mais imagens do resultado do projeto podem ser vistas no Apêndice, em 5. Fotografias das Rodagens.

## 5 Conclusão

Em suma, esta investigação revelou uma interseção notável entre o figurinismo, o cinema e a moda sustentável. Verifica-se que este estudo alcançou os seus objectivos ao analisar o processo de construção de figurinos com base em peças de vestuário de segunda mão. A pesquisa apresentou de forma bem-sucedida uma metodologia a ser aplicada no processo de criação de figurinos, incorporando peças de vestuário de segunda mão, e mantendo uma preocupação sustentável em todas as fases, desde a conceção até a conclusão do filme, cumprindo assim o primeiro objectivo específico. Para além disso, foi abordado de maneira abrangente o conceito de *garimpo* como um processo de procura essencial, enfatizando as suas particularidades únicas, e definindo o termo de maneira esclarecedora, o que cumpre o segundo objectivo específico. Pode-se também constatar que o estudo proporcionou uma compreensão profunda sobre como utilizar peças de segunda mão para conceber figurinos impregnados de simbolismo, conferindo a cada peça significados intrínsecos à narrativa, cumprindo, assim, o terceiro objectivo específico. Finalmente, atestou-se a viabilidade de produzir uma ampla variedade de figurinos para uma produção cinematográfica sem a necessidade de utilizar novas matérias-primas, excluindo apenas elementos de retrosaria. O processo de criação e utilização dessas peças foi examinado e relatado com detalhes, cumprindo assim o quarto objectivo específico.

Este estudo não apenas demonstrou a viabilidade técnica e criativa da incorporação de roupas de segunda mão no figurinismo cinematográfico, mas também ressaltou a relevância desta abordagem no contexto mais amplo da moda sustentável e conscientização ambiental. À medida que exploramos os resultados e conclusões desta pesquisa, instigamos a continuação do diálogo e investigação sobre o poder transformador do figurino sustentável no cenário cinematográfico e na indústria da moda, considerando as nuances artísticas, narrativas e éticas que esta abordagem proporciona.

Em relação à revisão bibliográfica, podemos concluir que a utilização de roupas de segunda mão é uma prática intrínseca ao figurinismo e amplamente normalizada no trabalho do designer de figurinos, embora seja pouco explorada em termos de técnicas e detalhes específicos. Ingham e Covey (1992) e Castro e Souza (2017) surgem como os únicos autores encontrados nesta dissertação que destacam com técnica, a reutilização de peças na construção de novos trajes no contexto do figurinismo. Embora outros autores também façam menção à utilização de peças de segunda mão, nenhum deles aborda o método com detalhes específicos.

Também é importante notar que o estudo em torno da Economia Circular e das práticas sustentáveis está em crescimento constante no âmbito da indústria da Moda, enfatizando a multiplicidade e relevância dos benefícios associados à utilização de roupas de segunda mão. A abordagem do *garimpo*, um termo do português do Brasil provindo do vocabulário dos pesquisadores das lojas de segunda mão, coincide de forma surpreendente com a procura incessante do designer de figurino por peças especiais que possam enriquecer seus figurinos,

verdadeiras preciosidades. Alinhado ao conceito de *upcycling*, essas técnicas se complementam harmoniosamente, possibilitando a criação de figurinos verdadeiramente inovadores e originais.

Ao longo deste estudo, práticas como o Empréstimo e o Aluguer demonstraram ser igualmente essenciais, emergindo como alternativas que promovem a circularidade de figurinos que, de outra forma, poderiam ser usados apenas uma vez e depois relegados ao esquecimento. Esse processo revelou uma abordagem mais consciente e sustentável no ciclo de vida dos figurinos cinematográficos, demonstrando que a colaboração, a reutilização e a ampliação do uso das peças podem coexistir de maneira frutífera no mundo do figurinismo.

Algumas conclusões foram retiradas da Componente Prática. Durante as incursões nos *garimpos*, foi fundamental manter uma mente aberta às possibilidades. Encontrar peças exatas conforme o plano inicial era desafiador, especialmente no contexto do *garimpo* físico. Assim, a designer precisou ser flexível, mantendo uma corrente constante de ideias enquanto explorava as opções disponíveis. Visualizar as potenciais transformações de uma peça era essencial, pois a procura por itens exigia agilidade na conceção. Para uma seleção mais precisa de peças, o método de *garimpo* online se mostrou-se eficiente, embora também mais dispendioso.

O processo de *garimpo* foi crucial para o desenvolvimento dos figurinos, permitindo à designer encontrar peças que, embora não correspondessem exatamente ao plano inicial, possuíam características visuais distintas. Essas características serviriam como pontos de partida criativos para a construção dos trajes, pois o processo não se limitou apenas à aquisição, mas tornou-se parte integrante do processo de design em si. A exploração de peças pouco convencionais ou subestimadas ofereceu uma plataforma para a criatividade, já que cada item escolhido tinha uma história única e potencial criativo. O *garimpo* não apenas atendeu às necessidades práticas de obtenção de figurinos, mas também estimulou a imaginação e a capacidade de reinventar, transformando a pesquisa em uma jornada criativa tão significativa quanto o planejamento inicial da ideia.

O processo criativo em si revelou como a moda sustentável pode ser integrada ao domínio do figurinismo, agregando não somente valor estético, mas também um significado simbólico e uma dimensão narrativa às produções cinematográficas. Ao explorarmos as técnicas de reutilização e *upcycling* aplicadas nesse contexto, pudemos compreender a relevância dessas abordagens criativas na elaboração de figurinos que transcenderam o status de meros adereços de vestuário, tornando-se elementos expressivos de representação artística.

O processo de *garimpo* metódico das peças e a conceção dos figurinos com elementos simbólicos ressaltaram a capacidade da moda sustentável de ser uma aliada fundamental no cenário cinematográfico. Ao proporcionar uma abordagem de produção enriquecedora e ecologicamente responsável, essa abordagem não apenas enriquece o universo da criação audiovisual, mas também contribui para um engajamento mais consciente com o meio ambiente.

Para futuras investigações, é recomendável realizar uma análise mais profunda das interações entre as opções de vestuário, os traços distintivos das personagens e as narrativas simbólicas em

vários géneros cinematográficos. Aprofundar a pesquisa de materiais e roupas de segunda mão nas escolhas de vestuário em diferentes géneros cinematográficos pode revelar como as roupas dos personagens não apenas refletem suas personalidades, mas também contribuem para a construção da narrativa e do simbolismo. Investigar como a reutilização de materiais pode criar elementos de figurino específicos que comuniquem significados e emoções em géneros como drama, comédia, ficção científica ou filmes históricos pode enriquecer a compreensão de como a moda sustentável pode ser aplicada para aprimorar a experiência cinematográfica.

Ademais, a exploração do impacto da moda sustentável no processo de criação e na percepção por parte do público oferece um campo promissor para entender plenamente o alcance da abordagem apresentada nessa pesquisa. Perceber como a adoção de práticas sustentáveis na criação de figurinos influencia a forma como as produções são percebidas pelo público é uma direção intrigante. Pode-se analisar se o público valoriza ou reconhece o uso de roupas de segunda mão e técnicas de reutilização nos filmes. Investigar também se essas escolhas podem atrair um público mais consciente e sensível às questões ambientais, adicionando um novo nível de apreciação ao trabalho de design de figurino.

Um estudo aprofundado sobre o *garimpo* também se apresenta como um caminho estimulante, com potencial para interligar-se com outras vertentes do design e da sustentabilidade. Realizar mais tipos de análises sobre o processo de procura, os seus métodos e impacto na criação de figurinos, pode trazer novos insights sobre como os designers podem encontrar peças únicas e autênticas. Explorar a interligação do *garimpo* com outras áreas do design, como a decoração de interiores ou o design de acessórios, poderia demonstrar a versatilidade destas técnicas de procura e seleção de peças de segunda mão.

Em síntese, estas possíveis direções de pesquisa têm o potencial de ampliar as fronteiras do figurinismo, enriquecer a análise da moda sustentável no contexto cinematográfico e inspirar a inovação criativa. Ao mergulhar mais profundamente nessas áreas, o campo do figurinismo pode não apenas evoluir como uma forma de arte, mas também contribuir para a discussão global sobre a sustentabilidade na indústria da moda e na criação artística.

A ausência de discussão académica sobre este tópico sugere que, muitas vezes, as soluções mais eficazes e sustentáveis são aquelas que já existem, mas que foram ofuscadas pela incessante procura por novidade. O *garimpo* e o *upcycling*, embora amplamente utilizados na prática, carecem de reconhecimento e estudo formalizado na área do figurinismo. Eles representam não apenas técnicas de design, mas também uma filosofia de respeito ao meio ambiente e à história.

Por fim, conclui-se que a sustentabilidade é tão essencial na moda quanto no design de figurinos, mas também reitera a necessidade de olhar para trás, para tradições e práticas esquecidas, enquanto avançamos para um futuro mais consciente e responsável. A reutilização de roupas de segunda mão no design de figurinos não é apenas uma resposta à crise ambiental, mas também uma celebração da história, da arte e da narrativa.

## 6 Bibliografia

- Abrantes, S. S. (2001). Heróis e bufões: o figurino encena. *Ágora da Ilha*.
- Acom, A. C. (2016). Tradução e transcrição em figurino. *DObra[S] – Revista Da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas Em Moda*, 9(20), 116–127. Disponível em: <https://doi.org/10.26563/dobras.v9i20.479>, consultado em 10 de março de 2023.
- Anderson, B. B., & Anderson, C. (1984). *Costume Design*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Antoniolli, C. (2020). The aesthetics of Edith Head's costume design in Alfred Hitchcock's movies [Dissertação de bacharelado, Universidade de Malta]. Disponível em: <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/66283>, consultado em 23 de fevereiro de 2023.
- Barbosa, A. (2014). Drácula, Eiko Ishioka e Jung: Uma análise de figurinos. In *100 Colóquio de Moda – 7a Edição Internacional 10 Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda 2014*.
- Barsam, R., & M Monahan, D. (2015). *Looking at Movies*. Norton & Company, Incorporated, W. W..
- Bellantoni, P. (2005). *If it's purple, someone's gonna die: the power of color in visual storytelling for film*. Focal Press.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595–1600. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>, consultado em 20 de maio de 2023.
- Beltrami, M., Kim, D., & Rölkens, F. (2019). *The state of fashion 2019*.
- Bocken, NMP., de Pauw, IC., Bakker, CA., & van der Grinten, B. (2016). Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of Industrial and Production Engineering*, 33(5), 308-320. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21681015.2016.1172124>, consultado em 17 de maio de 2023.
- Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, J. (2020). *Film Art: An Introduction (12th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Castro, M. S. F., Souza, C. M. (2017). Figurino cénico versus upcycling - intervenções criativas e sustentáveis em prol da arte. In: *VI Semana Acadêmica de Moda, Fortaleza, 2017, v. 4*,

- 10-22. Disponível em: [https://zbook.org/read/14250\\_vi-semana-acad-mica-de-moda-3.html](https://zbook.org/read/14250_vi-semana-acad-mica-de-moda-3.html), consultado em 6 de maio de 2023.
- Castro, M. S. F., & Costa, N. C. R. (2010). Figurino – o traje de cena. *IARA - Revista de. Moda, Cultura e Arte*, 3(1), 79–93. Disponível em: [http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/05\\_IARA\\_vol3\\_n1\\_Artigo.pdf](http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/05_IARA_vol3_n1_Artigo.pdf), consultado em 16 de março de 2023.
- Chiais, E. (2022). From “Out of fashion” to Upcycling. How Art and the Fashion Industry Have Resemantized the Word “Recycling”. *ZoneModa Journal*, 12(1), 135–144. Disponível em: <https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/14887>, consultado em 10 de junho de 2023.
- Clancy, D. (2014). *Designing Costume for Stage and Screen*. Batsford.
- D’Adamo, I., Lupi, G., Morone, P., & Settembre-Blundo, D. (2022). Towards the circular economy in the fashion industry: the second-hand market as a best practice of sustainable responsibility for businesses and consumers. *Environmental Science and Pollution Research*. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11356-022-19255-2>, consultado em 11 de maio de 2023.
- Dorney, J., Regan, J., & Salinsky, T. (2022). *Best Pick: A Journey Through Film History and the Academy Awards*. Rowman & Littlefield Publishers, Incorporated.
- Eder, J. (2010). Understanding Characters. *Projections*, 4(1). Disponível em: <https://doi.org/10.3167/proj.2010.040103>, consultado em 19 de abril de 2023.
- Ellen MacArthur Foundation, *A new textiles economy: Redesigning fashion’s future* (2017).
- Fernandes, G., Cruz, M. R., Passos, P. G. dos. (2021). Brechós e o Ritual por trás de cada garimpo. *Cultura (i)material e rituais de consumo: perspectivas semiopsicanalíticas*, 145-161. Disponível em: <https://doi:10.11606/9786588640326>, consultado em 10 de maio de 2023.
- Fletcher, K., & Grose, L. (2012). *Fashion & Sustainability*. Laurence King Publishing.
- Gibbs, J. (2002). *Mise-en-scene - Film Style and Interpretation (Short Cuts)*. Wallflower Press.
- Gwilt, A. (2020). *A Practical Guide to Sustainable Fashion*. Bloomsbury Publishing.
- Iglecio, Paula; Italiano, Isabel C. (2012). O figurinista e o processo de criação de figurino. In: *COLÓQUIO DE MODA 5.*, Rio de Janeiro, 2012, v.8, 1-11. Disponível em:

<https://docplayer.com.br/17427997-O-figurinista-e-o-processo-de-criacao-de-figurino.html>, consultado em 9 de maio de 2023.

Ingham, R., & Covey, L. (1992). *The costume designer's handbook: a complete guide for amateur and professional costume designers*. Heinemann.

John, B. (2021). *Costume Design For Performance*. The Crowood Press Ltd.

Júnior, L. C. O. (2003). *A Mise en Scène no Cinema. Do Clássico ao Cinema de Fluxo*. Papirus.

La Motte, R. (2001). *Costume design 101: the art and business of costume design for film and television*. Michael Wiese Productions.

Landis, D. N. (2013). *Hollywood costume*. Abrams.

Landis, D. N. (2014). *Costumes and Makeup Activities Guide. Teachers Guide Series*. Disponível em: <https://www.oscars.org/education-grants/teachers-guide-series>, consultado em 21 de maio de 2023.

Leite, A., & Guerra, L. (2002). *Figurino, uma experiência na televisão*.

Lurie, A. (2000). *The language of clothes*. Holt Paperbacks.

LoBrutto, V. (2002). *The Filmmaker's Guide to Production Design*. Allworth Press.

Lopera-Mármol, M., & Jiménez-Morales, M. (2021). Green shooting: Media sustainability, a new trend. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 13, Issue 6). MDPI AG. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su13063001>, consultado em 8 de fevereiro de 2023.

Lourenço, M. C. A. (2017). Consumo em brechó: impacto ambiental e social. In *Colóquio de Moda*, Bauru, 2017, v. 13, 1-8. Disponível em: [http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/PO/po\\_8/po\\_8\\_Consumo\\_em\\_Brecho.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/PO/po_8/po_8_Consumo_em_Brecho.pdf), consultado em 1 de junho de 2023.

Machado, M.A.D., Almeida, S.O.d., Bollick, L.C. and Bragagnolo, G. (2019), "Second-hand fashion market: consumer role in circular economy", *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 23 No. 3, pp. 382-395. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2018-0099>, consultado em 27 de maio de 2023.

- Marques, J. P., & Almeida, R. C. S. de (2018). Figurino e cinema: uma experiência didática na formação acadêmica do designer de moda. *Projetica*, 9(1), 39. Disponível em: <https://doi.org/10.5433/2236-2207.2018v9n1p39>, consultado em 15 de abril de 2023.
- Martin, M. (2005). *A Linguagem Cinematográfica*. Dinalivro. (Obra original publicada em 1963)
- Mascarello, F. (2015). *História do cinema mundial*. Papirus Editora.
- Mazzoleni, E. (2017). Georges Méliès: the magic of stage costume. *Elephant & Castle*, (16). Disponível em: <https://elephantandcastle.unibg.it/index.php/eac/article/view/364>, consultado em 12 de março de 2023.
- Michaels, L. (1998). *The phantom of the cinema: character in modern film*. State University Of New York Press.
- Munich, A. (2011a). *Fashion in Film* (D. Stutesman, M. A. Caws, U. Lukszo, G. Bruno, C. Evans, J. M. Gaines, S. Bruzzi, M. Spiegel, D. Diamond & J. Reich,). Indiana University Press.
- Muniz, R. (2004). *Vestindo os nus: o figurino em cena*. In Google Books. SENAC Rio Editora. Disponível em: [https://books.google.pt/books/about/Vestindo\\_os\\_nus.html?id=BGHQwAEACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.pt/books/about/Vestindo_os_nus.html?id=BGHQwAEACAAJ&redir_esc=y), consultado em 24 de fevereiro de 2023.
- Ramm, E. F., & Morais, R. T. R. (2022). BRECHÓ: EMPREENDIMENTO FOCADO NO CONSUMO SUSTENTÁVEL DA MODA EM CONSTANTE CRESCIMENTO NO MERCADO. *Revista de Administração de Empresas Eletrônica - RAEE*, 16, 86–110. Disponível em: <http://seer.faccat.br/index.php/administracao/article/view/2454>, consultado em 7 de maio de 2023.
- Scholl, R. C., Del-Vechio, R., & Wendt, G. W. (2009). Figurino e Moda: Intersecções entre criação e comunicação. In *X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul* (pp. 1–15). Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/r16-0855-1.pdf>, consultado em 14 de março de 2023.
- Sustainable Production Alliance. (2021). *Carbon Emissions of Film and Television Production Sustainable Production Alliance PREPARED BY*. Disponível em: <https://www.greenproductionguide.com/wp-content/uploads/2021/04/SPA-Carbon-Emissions-Report.pdf>, consultado em 7 de fevereiro de 2023.
- Siqueira, R. d. A. (2018). O GARIMPEIRO NO MERCADO DE ROUPAS DE SEGUNDA-MÃO NO COMÉRCIO INFORMAL EM JUIZ DE FORA. *CSONline - Revista Eletrônica de Ciências*

Sociais, (24). Disponível em: <https://doi.org/10.34019/1981-2140.2017.17484>, consultado em 3 de junho de 2023.

Soares, C. E. B. (2021). Da segunda mão à segunda chance: luxo e sustentabilidade em brechós de Paris e São Paulo. *Signos do Consumo*, 13(2), Artigo e181039. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-5057.v13i2e181039>, consultado em 8 de maio de 2023.

The Nielsen Company. (2015). The sustainability imperative: new insights on consumer expectations. Disponível em: <http://www.nielsen.com/content/dam/niensglobal/co/docs/Reports/2015/global-sustainability-report.pdf>, consultado em 12 de fevereiro de 2023.

## 7 Webgrafia

- Academy, T. (2017, July 12). How Eiko Ishioka's revolutionary costumes won Coppola's "Dracula" an Oscar. ART & SCIENCE. Disponível em: <https://medium.com/art-science/how-francis-ford-coppola-s-choice-to-work-with-a-weirdo-outsider-led-to-an-oscar-dd22bdf51e2a>, consultado em 1 de fevereiro de 2023.
- Bass-Krueger, M. (2021, 20 de maio). Conheça a história do jeans: da criação do tecido na França aos dias atuais. Vogue. Disponível em: <https://vogue.globo.com/dossie/noticia/2021/05/conheca-historia-do-jeans-da-criacao-do-tecido-na-franca-aos-dias-atuais.ghtml>, consultado em 17 de março de 2023.
- Beaumont, P., & Holpuch, A. (2018, 3 de agosto). How The Handmaid's Tale dressed protests across the world. the Guardian. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2018/aug/03/how-the-handmaids-tale-dressed-protests-across-the-world>, consultado em 8 de junho de 2023.
- Beavan, J. (2016, 26 de fevereiro). How Charlize Theron Taught Mad Max Costume Designer Jenny Beavan to Take a Compliment. (Vanity Fair, entrevistador). In Vanity Fair. Disponível em: <https://www.vanityfair.com/hollywood/2016/02/jenny-beavan-mad-max-costumes-interview>, consultado em 4 de maio de 2023.
- Bronfman, N. (2019, 6 de junho). These Costume Designers Have the Most Important Job on TV (K. Gillespie, Entrevistador). In PAPER Magazine. Disponível em: <https://www.papermag.com/handmaids-tale-costume-designers-2638687564.html#rebellitem18>, consultado em 10 de junho de 2023.
- Bronfman, N. (2020, 3 de setembro). The Handmaid's Tale's Costume Designer Details Her Inspirations For the Show's Sinister Third Season (K. Kia, Entrevistador). In PopSugar. Disponível em: [https://www.popsugar.co.uk/fashion/handmaids-tale-costumer-designer-season-3-interview-47631545?utm\\_medium=redirect&utm\\_campaign=US:PT&utm\\_source=www.google.com](https://www.popsugar.co.uk/fashion/handmaids-tale-costumer-designer-season-3-interview-47631545?utm_medium=redirect&utm_campaign=US:PT&utm_source=www.google.com), consultado em 10 de junho de 2023.
- Fechar o ciclo – plano de ação da UE para a economia circular (2015). Europa.eu. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52015DC0614&from=ES>, consultado em 25 de julho de 2023.
- “garimpo”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021, Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/garimpo>, consultado em 2 de agosto de 2023.

- Grobe, M. (2021). Here's How To Stitch a Margiela Sweater Out of Socks. Highsnobiety. <https://www.highsnobiety.com/p/a-magazine-curated-by-maison-martin-margiela/>, consultado em 3 de agosto de 2023.
- Humana Portugal. (6 de Fevereiro de 2020). Humana Portugal. Disponível em: <https://www.humana-portugal.org/>, consultado em 28 de junho de 2023.
- Margiela, M. (2020, 30 de abril). One To Make At Home. A Magazine Curated by. <https://amagazinecuratedby.com/news/one-to-make-at-home/>, consultado em 3 de agosto de 2023.
- Minutaglio, R. (13 de Setembro de 2018). These Original Hand-Drawn “Star Wars” Costume Sketches Could Be Worth Over \$300,000. Esquire. Disponível em: <https://www.esquire.com/entertainment/movies/a23101456/star-wars-john-mollo-costume-sketches-auction/>, consultado em 21 de fevereiro de 2023.
- Morby, A. (2017, 11 de agosto). My costumes are part of a “quiet uprising” among women, says Handmaid's Tale designer. Dezeen. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2017/08/11/my-costumes-are-part-of-a-quiet-uprising-among-women-says-handmaids-tale-designer/>, consultado em 10 de junho de 2023.
- Novak, K. (Março de 2003). Interview with Kim Novak (S. Rebello, Entrevistador). No The MacGuffin. Disponível em: [http://www.hitchinfo.net/kim\\_novak.html](http://www.hitchinfo.net/kim_novak.html), consultado em 20 de fevereiro de 2023.
- O impacto da produção e dos resíduos têxteis no ambiente | Atualidade | Parlamento Europeu. (2020). Disponível em: <https://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/society/20201208STO93327/o-impacto-da-producao-e-dos-residuos-texteis-no-ambiente>, consultado em 14 de julho de 2023.
- O que é teatro naturalista? - SP Escola de Teatro. (2021, 21 de junho). SP Escola de Teatro. Disponível em: <https://www.spescoladeteatro.org.br/noticia/o-que-e-teatro-naturalista>, consultado em 3 de maio de 2023.
- Sousa, P.M. (2009). O universo paralelo dos brechós. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20100110011501/http://www.jornalpequeno.com.br/2009/3/27/Pagina102884.htm>, consultado em 16 de julho de 2023.
- Textiles in Europe's circular economy — European Environment Agency. (2019, November 19). Disponível em: <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-in-europes-circular-economy/textiles-in-europe-s-circular-economy>, consultado em 18 de julho de 2023.

## 8 Filmografia

- Georges Méliès. (1902). Voyage dans la Lune. Star Film Company.
- Robert Wiene. (1920). O Gabinete do Dr. Caligari. Decla-Bioscop AG.
- D.W. Griffith. (1916). Intolerância. Triangle Film Corporation.
- W.S. Van Dyke. (1938). Maria Antonieta. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).
- Victor Fleming. (1939). O Feiticeiro de Oz. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).
- Busby Berkeley. (1941). Ziegfeld Girl. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).
- Clarence Brown. (1932). Letty Lynton. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).
- Laurence Olivier. (1948). Hamlet. Two Cities Films.
- Victor Fleming. (1948). Joana D'Arc. RKO Radio Pictures.
- Wyler. (1953). Férias em Roma. Paramount Pictures.
- Billy Wilder. (1954). Sabrina. Paramount Pictures.
- Alfred Hitchcock. (1958). A Mulher que Viveu Duas Vezes. Paramount Pictures.
- Alfred Hitchcock. (1954). Janela Indiscreta. Paramount Pictures.
- Alfred Hitchcock. (1955). Ladrão de Casaca. Paramount Pictures.
- Alfred Hitchcock. (1963). Os Pássaros. Universal Pictures.
- Sidney Lumet. (1976). Intriga em Família. Paramount Pictures.
- Federico Fellini. (1976). O Casanova de Federico Fellini. Universal Pictures.
- Ari Aster. (2019). Midsommar. A24.
- George Lucas. (1977). Star Wars: Episódio IV - Uma Nova Esperança. 20th Century Fox.
- Irvin Kershner. (1980). Star Wars: Episódio V - O Império Contra-Ataca. 20th Century Fox.
- Francis Ford Coppola. (1992). Drácula de Bram Stoker. Columbia Pictures.
- Baz Luhrmann. (2001). Moulin Rouge. 20th Century Fox.
- Stanley Kubrick. (1980). Shining. Warner Bros.
- Zhang Yimou. (2002). Herói. Miramax Films.
- Edward Dmytryk. (1944). Murder, My Sweet. RKO Radio Pictures.
- Joel Coen. (2001). O Barbeiro. DreamWorks Pictures.
- George Miller. (2015). Mad Max: Estrada da Fúria. Warner Bros.
- Reed Morano. (2017 - Presente). A História de uma Serva [Série]. Hulu.

Sam Raimi. (1995). Rápida e Mortal. TriStar Pictures.

Lenny Abrahamson. (2020). Normal People [Série]. Element Pictures.

Roberto Aguirre-Sacasa. (2017 - presente). Riverdale [Série]. Warner Bros. Television.

Amy Heckerling. (1995). Clueless. Paramount Pictures.

Peter Weir. (1990). Clube dos Poetas Mortos. Buena Vista Pictures.

Sharon Maguire. (1999). A Vizinha da Porta ao Lado. Miramax Films.

Richard Benjamin. (1998). Metragem Magia e Sedução. Buena Vista Pictures.

Melissa Joan Hart. (1996-2000). Sabrina, a Bruxinha Adolescente [Série]. Paramount Network.

Gil Junger. (1999). 10 Coisas Que Odeio em Ti. Touchstone Pictures. William

# 9 Apêndice

## 1. Tratamento cinematográfico

Título: Útil e Desagradável

Minutagem Prevista: 20 – 25 minutos

Sam e Sali estão na sala de aula. Sam está sozinho ao pé da janela, a olhar para uma rapariga, Rita. A aula está prestes a acabar e Sali pede para fazer um comunicado. Sali avisa todos os colegas que as inscrições para a gala universitária daquele ano já se encontram abertas. Sam que estava meio desligado do que acontecia ao seu redor, subitamente fica interessado. A Aula acaba. Sali sai da sala rodeada de amigos que comentam os seus planos para o resto do dia, projetos que Sali não se pode encaixar, o que entristece a jovem. Sam por sua vez é o último a sair e sai sozinho. Ao final do dia, Sam está no seu quarto, escuro e frio, a ver um filme com uma expressão neutra. Por outro lado, Sali também está sozinha no seu quarto, quente e bem iluminado. Está em chamada com o seu namorado que diz que não vai poder estar com ela. Faz scroll no Instagram onde vê os seus amigos a passar bons momentos. Começa a chorar.

Sam e Sali estão num corredor vazio, da sua universidade. Sam está sozinho a brincar com o seu cubo mágico. Do outro lado do corredor encontra-se Sali. Ela está com o namorado que está a acabar a relação deles. Alegando falta de espaço na mesma e sai deixando Sali sozinha. De repente Solo cruza os dois, roubando a atenção dos jovens, que em seguida olham nos olhos um do outro. Sam chega a casa e descobre que tem um novo inclino, Solo. Sam em primeira estância assustase com a presença de Solo, pois ele morava sozinho. Solo comunica que vão ser colegas de casa. Ficam alguns segundos de silêncio. Solo pergunta a Sam se este vai à gala. Sam revela o seu interesse em ir, mas ao mesmo tempo demonstra indecisão e receio.

De volta à sala de aula Sam está outra vez a observar Rita, no entanto desta vez é observado por Sali que o confronta à saída da sala, aconselhando Sam a tomar uma atitude. Sam desvia o assunto e afasta-se. Já em casa Sam pergunta Solo o que este faria se estivesse interessado numa rapariga. Solo responde que começaria com um olá e veria no que dava. O que leva Sam a falar sobre o seu medo da rejeição. No dia seguinte na fila do bar Rita está a ser atendida e ao pagar deixa cair uma moeda que é apanhada por Sam que se encontrava na fila. Sam e Rita interagem e Sam tenta conversar com Rita, mas não consegue. Sam senta-se numa mesa sozinho e Sali que assistiu a toda esta situação vai ter com ele e volta a tentar dar algum incentivo. Quem também se junta à mesa é Solo, que chama a atenção de Sali e que se junta à conversa. No entanto Sam não satisfeito com

Solo e Sali aliados a falar sobre a sua vida amorosa, pede para a conversa acabar, que é o que acontece. Ao final do dia, Sali bate à porta de casa duma amiga. Esta estranha a presença de Sali, mas permite que esta entre. A amiga questiona o porquê de Sali estar ali. Sali responde que não tinha nada para fazer e que não queria estar sozinha em casa. A amiga pergunta pelo namorado de Sali. Sali conta que terminaram e desabafa com a amiga.

Do outro lado da cidade, Sam está na varanda de sua casa sozinho a olhar a cidade à sua frente. Solo entra na varanda. Ficam os dois em silêncio até este ser quebrado por Sam, que assume a Solo, que Sali tem razão quando diz que Sam tem de tomar uma atitude. Sam assume que o quer fazer, mas que o medo o paralisa, que a solidão dói, mas essa é uma dor que ele já conhece ao contrário da dor da rejeição. Perante estas declarações, Solo faz um discurso entusiasmado e motivador, sobre sair da zona de conforto e se permitir ser sincero com os seus sentimentos, que deixa Sam a refletir enquanto observa a cidade.

Já na universidade Sam vê a rapariga no corredor e debate-se para tentar convidá-la para sair, tenta encher-se de coragem, caminha até ela, mas quando lhe olha nos olhos toda a coragem desaparece, Sam inventa uma desculpa para aquela interação e volta-se a sentar, o que entristece Sali, que mais uma vez observava tudo.

Mais uma vez ao final do dia, Sali bate à porta de casa da amiga. Esta abre a porta. Sali pede para entrar, no entanto é rejeitada pela amiga que naquele dia não a pode receber. A amiga fecha a porta. Sali fica imóvel ao pé da porta a tentar controlar as lágrimas que tentam cair. Solo que caminhava pela cidade, aborda Sali e vendo que ela estava mal, acompanha-a a casa. Caminhando divertidos pela cidade deserta, Solo vê Sam, que caminha derrotado, Solo abana o braço para o cumprimentar. Sam nem nota continuando o seu rumo. Sali assume que tem pena de Sam por estar só. Solo responde dizendo que estar só não é o problema dele, mas sim sentir -se só, o que deixa Sali a pensar. À porta de casa de Sali, Solo e a jovem despedem-se, mas antes Sali pergunta a Solo se não quer marcar nenhum serão com ela. Solo aceita.

Ficam de se encontrar no dia seguinte num jardim. Sali chega primeiro e fica à espera alguns minutos, minutos esses de desespero para a jovem, pois não estava a conseguir estar sozinha. Entretanto Solo chega e Sali descarrega nele todo o stress que estava a passar nos últimos momentos. Os dois têm uma pequena discussão que leva a que Solo abandone o jardim, alegando que não consegue aceitar a companhia de alguém que não consegue suportar a sua própria companhia.

Dias depois, Sali volta a anunciar, na sala de aula, que as inscrições para a gala estão a terminar. Desta vez Sam não demonstra interesse. Já no corredor enquanto Sam está a brincar com o seu cubo mágico, Sali convida Sam para ser o seu par na gala, pois ela não consegue ir sozinha e ele não conseguiu convidar a Rita, e assim juntavam o útil ao desagradável. Sam aceita.

Chega o dia da gala e Sam está nervoso, mas Sali ajuda-o a descontraír, ambos se divertem juntos. A certa altura Sam vai até ao balcão pedir uma bebida, até que é abordado por Rita, dizendo que queria aprender a fazer o cubo mágico e se ele a podia ensinar. Sam diz que sim e conversam um pouco, até que Rita sai do balcão, mas sem antes convidar Sam para um *after* gala. O filme corta para o pós-gala, onde Sam deixa Sali em casa dele, pois esta, queria se reconciliar com Solo. Mas antes Sali agradece a Sam pela noite incrível e deixa-lhe alguns elogios que o enchem de confiança e este parte para o *after* gala. Sali decide então ir ter com Solo, mas quando abre a porta do quarto percebe que ele não está lá. Vendo que o seu plano foi por água abaixo opta por regressar a sua casa, sozinha, enquanto Sam chega ao bar e vê a rapariga. Mais uma vez debate-se, caminha na direção dela e o filme acaba.

## 2. Orçamento do departamento de arte

ESTIMATIVA DE GASTOS - ÚTIL E DESAGRADÁVEL		
ITEM	TOTAL V1	
Cenografia	200,00	
Figurino	150,00	
Maquiagem	80,00	
Produção de Objetos	70,00	
<b>TOTAL</b>	<b>€500,00</b>	
<b>cenografia</b>		
detalhamento	valor estimado (parcial)	observações gerais
confeção de ilustrações e impressão	10	objetos simples serão conseguidos por empréstimo com a equipe e amigos
decorações diversas para gala	100	
decorações para quarto sali	30	
decorações para sala carol	30	
fitas, colas e materiais de apoio	20	
emergências	10	
	<b>200,00</b>	
<b>produção de objetos</b>		
detalhamento	valor estimado (parcial)	observações gerais
comida de cena para gala	60	restante dos objetos serão conseguidos por empréstimo com a equipe e amigos
comida cena faculdade	10	
	<b>70,00</b>	
<b>figurino</b>		
detalhamento	valor estimado	observações gerais
empréstimos com pessoas e lojas	40	figurino com peças de brechó e pouca manufatura feita por mim
compra de peças normais	30	
compra de peças para a gala	60	
retrosaria	20	
	<b>150,00</b>	
<b>maquiagem</b>		
detalhamento V1	valor estimado	observações gerais
compra de produtos	10	
compra de materiais de higiene	10	
contratação de maquiadora para gala	60	
	<b>80,00</b>	

### 3. Aprofundamento das personagens

**Sali:** surge como uma personagem que irradia intensamente, destacando-se como uma líder nata e envolvente. Possuindo uma personalidade marcante e magnética, ela exhibe naturalmente carisma e autoconfiança. A sua notoriedade não é um mero acaso, mas o resultado inerente de sua firme determinação e confiança inabalável. O amor dela pela arte a conduz a expressar suas emoções profundas através do desenho, usando-o como uma janela para seu íntimo. O seu estilo de moda moderno e urbano reflete sua energia contagiante, enquanto as redes sociais funcionam como uma extensão de sua personalidade, uma plataforma onde Sali compartilha sua vida vibrante e colorida. Desde tenra idade, Sali almeja posições de destaque, ocupando funções de liderança em diversas áreas. Ela também é uma ouvinte confiável e frequentemente procurada por conselhos, o que gradualmente a faz contemplar uma carreira como psicóloga. Essa aspiração de auxiliar e influenciar positivamente os outros molda sua trajetória académica e perspectiva futura. Sali personifica força, liderança e carisma, sendo uma inspiração para todos.

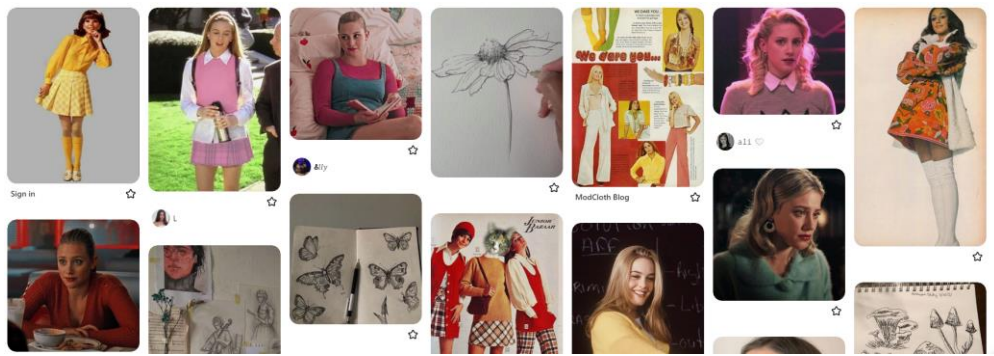
**Sam:** é uma figura que se move nas sombras, um jovem introvertido e reservado. A sua voz serena e gestos subtis frequentemente o tornam invisível aos olhos de muitos. O seu estilo de vestir, embora elegante, tende a ser mais solto e confortável, uma maneira de se resguardar dos olhares alheios. Com uma afinidade pela cultura pop e um amor por quebra-cabeças e *puzzles*, ele encontra consolo na solidão e nas incógnitas que o mundo oferece. Cores como o castanho e o verde-musgo o acompanham, refletindo a natureza tranquila e observadora de sua personalidade. Desde a infância, Sam esteve ligado a Sali, sua única e carismática amiga. No entanto, à medida que Sali amplia seu círculo social, Sam se vê gradualmente isolado. Esse afastamento o leva a experimentar a solidão aos 17 anos, conduzindo-o a explorar novos interesses, como leitura, cinema de fantasia e desafios intelectuais. O cubo mágico torna-se um companheiro constante na sua jornada solitária. Sua observação atenta do mundo e das pessoas o impulsiona a desenvolver um interesse pela psicologia, disciplina que posteriormente escolhe para sua formação académica. Sam é um retrato complexo da introspeção e da exploração pelo entendimento das nuances da vida.

**Carol:** é uma alma profundamente conectada à natureza, uma exploradora da vida ao ar livre. A sua jornada como escuteira na infância cultivou o seu respeito e amor pela natureza, deixando marcas indeléveis na sua personalidade. Ao longo da vida, ela abraçou atividades extracurriculares com dedicação, desde a catequese até o voluntariado, sempre encontrando satisfação em auxiliar os outros, inclusive através de doações de sangue. A sua ética altruísta harmoniza-se perfeitamente com a sua paixão pela natureza. O estilo de Carol reflete sua individualidade ousada e aconchegante. Gosta de desafiar convenções e arriscar com a sua aparência, expressando-se através de um estilo alternativo que espelha o seu espírito livre. Cores neutras e acolhedoras, reminiscentes do outono, permeiam as suas escolhas de vestuário, criando uma sensação acolhedora e terrena. Carol encarna a harmonia entre a sua conexão com a natureza e o seu desejo de auxiliar os outros, oferecendo uma perspectiva única de uma alma generosa e intrépida.

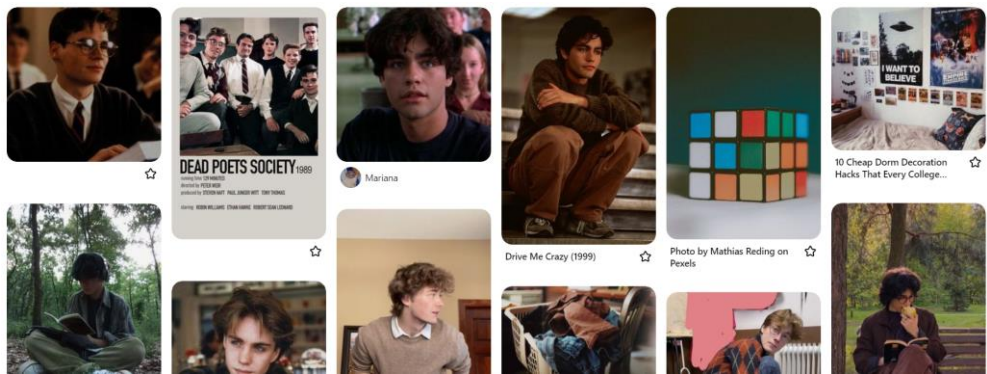
**Solo:** é uma figura cativante, dono de uma presença que atrai instantaneamente olhares. O seu estilo marcante é um reflexo da sua ousadia e apreço pelas influências do rock. Incarna um artista nato, abraçando cada desafio que lhe é apresentado com uma habilidade que parece inata. Na sua procura pela expressão criativa, Solo domina várias formas de arte, destacando-se em cada uma delas. A sua confiança inabalável e versatilidade conferem-lhe uma aura destemida. Vestindo predominantemente tons escuros, como o preto e o vermelho-escuro. Apesar de poder parecer imponente à primeira vista, Solo surpreende ao revelar-se um amigo leal e conselheiro sábio. Exerce um papel transitório na narrativa, servindo como peça-chave que impulsiona o progresso dos outros personagens. Embora o seu passado permaneça um enigma, a sua influência é profundamente sentida, ilustrando a complexidade de um ser multifacetado e enigmático.

**Vasco:** o personagem personifica a essência do comum, apresentando-se como um indivíduo semelhante a muitos outros. A sua vida é impulsionada por interesses convencionais, incluindo uma paixão por desportos, notavelmente o futebol, e um entusiasmo por momentos sociais entre amigos, frequentemente envolvendo saídas para beber e interações sociais. A sua personalidade é marcada pela ausência de preferências distintas ou opiniões veementes sobre o mundo que o rodeia. A simplicidade é um traço marcante na sua abordagem à vida, onde as complexidades são muitas vezes deixadas de lado em prol de uma visão mais simplificada das situações. No contexto da narrativa, Vasco cumpre o papel de namorado de Sali, oferecendo uma contraposição à intensidade e singularidade dos outros personagens.

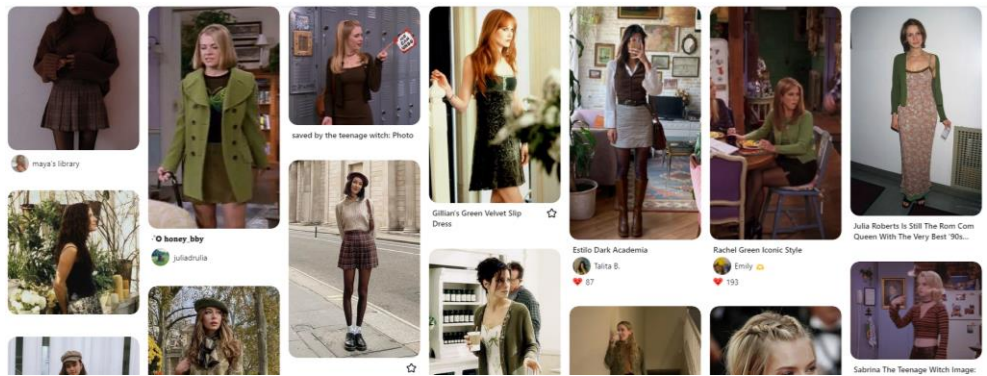
#### 4. Imagens do Pinterest



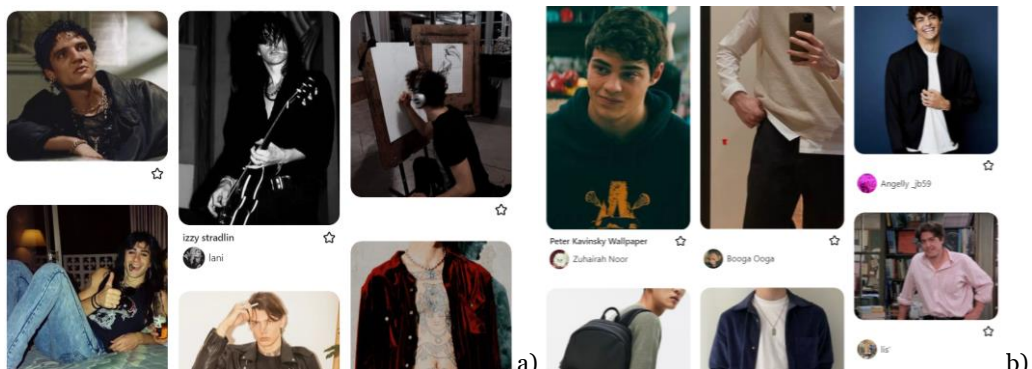
Pasta do Pinterest da personagem Sali. Fonte: Captura de ecrã em Julho de 2023.



Pasta do Pinterest do personagem Sam. Fonte: Captura de ecrã em Julho de 2023.



Pasta do Pinterest da personagem Carol. Fonte: Captura de ecrã em Julho de 2023.

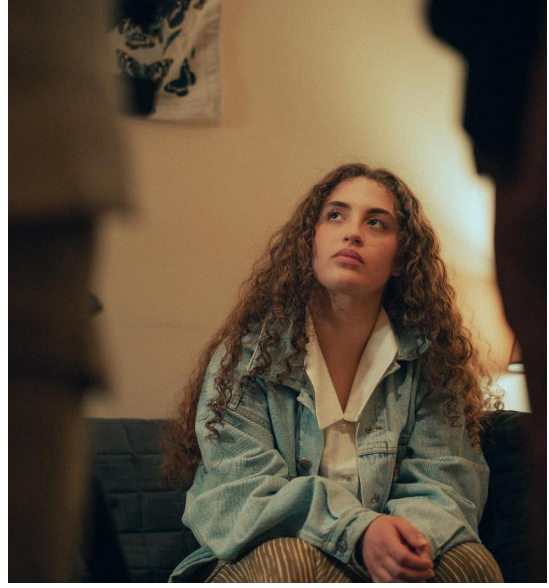


a) Imagens referência de Solo      b) Imagens referência de Vasco

Fonte: Captura de ecrã em Julho de 2023.

## 5. Fotografias das rodagens







6. Figurinos da gala – Sali, Sam e Carol



