
**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “MINISTRO RALPH BIASI”
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA**

JORDANA GOMES MIRANDA

A IMPORTÂNCIA DO FIGURINO NO CINEMA

AMERICANA, SP

2025

JORDANA GOMES MIRANDA

A IMPORTÂNCIA DO FIGURINO NO CINEMA

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.

Área de concentração: Moda e Figurino

Orientador: Daives Arakem Bergamasco

MIRANDA, Jordana

A Importância do Figurino no Cinema. / Jordana Miranda – Americana, 2025.

53f.

Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda) - - Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Orientador: Prof. Dr. Daives Bergamasco

1. Cinema 2. Design 3. Moda. I. MIRANDA, Jordana II. BERGAMASCO, Daives III. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi

CDU: 77
748.1
687016

Elaborada pelo autor por meio de sistema automático gerador de ficha catalográfica da Fatec de Americana Ministro Ralph Biasi.

Jordana Gomes Miranda

A IMPORTÂNCIA DO FIGURINO NO CINEMA

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda pelo Centro Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de Americana – Ministro Ralph Biasi.

Área de concentração: Moda e Figurino.

Americana, 05 de dezembro de 2025

Banca Examinadora:



Daives Arakem Bergamasco (Presidente)
Doutor
Fatec Americana – Ministro Ralph Biasi



Diala de Oliveira Trevisan (Membro)
Especialista
Fatec Americana – Ministro Ralph Biasi



João Batista Giordano (Membro)
Doutor
Fatec Americana – Ministro Ralph Biasi

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso, desenvolvido na área de Design de Moda, tem como objetivo analisar a relevância do figurino no cinema, investigando seu desenvolvimento histórico, o processo de criação e o potencial semiótico das vestimentas na construção da narrativa audiovisual. Inicialmente, realiza-se uma revisão histórica acerca da evolução do cinema enquanto Sétima Arte e da consolidação do figurino como elemento narrativo essencial, cuja função ultrapassa o simples ato de vestir, contribuindo para a definição do contexto histórico, da atmosfera estética e da caracterização psicológica dos personagens. A pesquisa apresenta as classificações de figurino propostas por Gérard Betton, que consistem em realista, para-realista e simbólico como referência teórica para orientar a análise aplicada. Em seguida, o estudo aprofunda-se em uma análise de caso do filme *O Iluminado* (1980), dirigido por Stanley Kubrick, demonstrando como a escolha de figurinos, especialmente por meio do uso simbólico de cores e padrões, antecipa e reforça aspectos do desenvolvimento psicológico dos personagens. Por fim, examina-se a transposição da estética cinematográfica para o universo da moda de luxo, exemplificada pela campanha *Exquisite Gucci*, evidenciando a profunda e contínua relação entre cinema, arte e a indústria da moda.

Palavras-chave: Figurino; Cinema; Moda; Semiótica.

ABSTRACT

This Final Paper, developed in the area of Fashion Design, aims to analyze the relevance of costume design in cinema, investigating its historical development, the creation process and the semiotic potential of garments in the construction of the audiovisual narrative. Initially, a historical review is carried out about the evolution of cinema as a Seventh Art and the consolidation of costume as an essential narrative element, whose function goes beyond the simple act of dressing, contributing to the definition of the historical context, the aesthetic atmosphere and the psychological characterization of the characters. The research presents the costume classifications proposed by Gérard Betton, which consist of realistic, para-realistic and symbolic as a theoretical reference to guide the applied analysis. Then, the study deepens in a case analysis of the film *The Shining* (1980), directed by Stanley Kubrick, demonstrating how the choice of costumes, especially through the symbolic use of colors and patterns, anticipates and reinforces aspects of the psychological development of the characters. Finally, it examines the transposition of cinematographic aesthetics to the universe of luxury fashion, exemplified by the Exquisite Gucci campaign, highlighting the deep and continuous relationship between cinema, art and the fashion industry.

Keywords: Costumes; Cinema; Fashion; Semiotics.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Frame do filme “A Chegada do Trem à Estação” (1895).....	12
Figura 2: Audrey Hepburn como “Holly”, em “Boneca de Luxo” (1961). ..	18
Figura 3: Protagonista Susie.....	19
Figura 4: Frame de “Os Sete Samurais” (1954).....	20
Figura 5: Frame de “Os Sete Samurais” (1954).....	20
Figura 6: Frame de “Os Sete Samurais” (1954).....	21
Figura 7: Poster de “Pobres Criaturas” (2023).	22
Figura 8: Frame de “Pobres Criaturas” (2023).....	23
Figura 9: Poster de “Suspiria” (2018).....	24
Figura 10: Foto de divulgação “Suspiria” (2018).....	24
Figura 11: Reprodução do croqui do figurino.....	25
Figura 12: Croquis dos figurinos de “Cisne Negro” (2010).	26
Figura 13: Croquis dos figurinos de “Cisne Negro” (2010).	27
Figura 14: Paleta de cores de “Cisne Negro” (2010).....	27
Figura 15: Produção de “Adoráveis Mulheres” (2019).	29
Figura 16: Peça envelhecida artesanalmente na produção de “Nosferatu” (2024).....	30
Figura 17: Poster de “O Iluminado” (1980).....	31
Figura 18: Frame de “O Iluminado” (1980).	33
Figura 19: Jack Torrance (1980).....	33
Figura 20: Gravata verde.....	34
Figura 21: labirinto do Overlook Hotel.....	34
Figura 22: Wendy e Danny.	35
Figura 23: Jack, Wendy e Danny a caminho de Overlook.	36
Figura 24: Jack vestindo uma camiseta verde.....	36
Figura 25: Wendy e Danny caminhando pelo labirinto.....	37
Figura 26: Jack vestindo um tom de verde mais escuro.....	37
Figura 27: Jack vestindo um tom de verde mais escuro.....	38
Figura 28: Jack usando uma jaqueta vermelho escuro.....	38
Figura 29: Jack e Wendy.	39

Figura 30: Danny vestindo vermelho.	39
Figura 31: Danny e Wendy.	40
Figura 32: Danny usando suéter vermelho escuro com linhas verdes e camisa xadrez.	41
Figura 33: Wendy usando roupão azul.	42
Figura 34: Jack dominado pelo ambiente.....	42
Figura 35: Jack indo para o exterior do hotel.	43
Figura 36: Danny no labirinto coberto de neve.....	43
Figura 37: Jack perde sua força em meio a neve.	44
Figura 38: Jack congelado pela neve.....	45
Figura 39: Releitura de 2001: Uma Odisseia no Espaço.	46
Figura 40: Releitura de “Laranja Mecânica”.....	47
Figura 41: Releitura de “Barry Lyndon”.....	47
Figura 42: Releitura de “O iluminado”.	48
Figura 43: Releitura de “De Olhos Bem Fechados”.....	48
Figura 44: Releitura de “Laranja Mecânica”.....	49

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 A HISTÓRIA DO CINEMA.....	12
2.1 Classificações dos Figurinos.....	18
2.2 Figurinos Realistas	19
2.3 Figurinos Para-realistas	21
2.4 Figurinos Simbólicos	23
3 METODOLOGIA DE PESQUISA NA PRODUÇÃO DE UM FIGURINO.....	26
4 MATERIALIZAÇÃO DO FIGURINO	28
5 ANÁLISE DE FIGURINO – “O ILUMINADO” (1980) DE STANLEY KUBRICK	31
6 DO CINEMA PARA CAMPANHA DE LUXO – EXQUISITE GUCCI.....	45
7 CONCLUSÃO	50
REFERÊNCIAS.....	52

INTRODUÇÃO

O universo cinematográfico, desde seus primórdios com os irmãos Lumière e George Méliès, consolidou-se como uma poderosa forma de expressão artística e narrativa, na qual cada elemento visual desempenha um papel crucial na construção de sentido. Dentro deste complexo arcabouço, o figurino emerge não apenas como um adereço estético, mas como um componente narrativo e semiótico fundamental, capaz de evocar atmosferas específicas, ancorar a trama em contextos históricos ou fantásticos, e, sobretudo, delinear a psicologia e a evolução dos personagens. Sua evolução reflete a própria história do cinema, adaptando-se às inovações técnicas e às novas linguagens, mas sempre mantendo sua centralidade na criação de mundos diegéticos críveis e impactantes, influenciando percepções e emoções do público em um nível subconsciente e consciente.

Diante da complexidade e da riqueza do figurino na arte cinematográfica, a presente pesquisa busca investigar como este elemento funciona como um veículo de comunicação visual no cinema e qual a extensão de sua influência na moda contemporânea, considerando sua intrínseca relação semiológica com a narrativa fílmica. Para tanto, este estudo tem como objetivo geral analisar a importância do figurino como elemento narrativo no cinema e sua consequente influência na moda. Para alcançar este propósito, foram definidos objetivos específicos que guiam a investigação: investigar a evolução histórica do figurino no cinema, desde suas primeiras manifestações até a atualidade; analisar as classificações de figurino segundo a taxonomia proposta por Gérard Betton, abrangendo os tipos realista, para-realista e simbólico; examinar os complexos processos que envolvem a pesquisa, concepção e materialização do figurino para a tela; realizar uma análise de caso aprofundada do figurino presente no icônico filme “O Iluminado” (1980), de Stanley Kubrick; e, por fim, explorar a intersecção dinâmica entre o cinema e a moda, com foco especial na campanha publicitária Exquisite Gucci, que serve como um exemplo paradigmático dessa simbiose.

A relevância deste tema transcende o mero interesse estético, justificando-se pela sua significativa contribuição para o campo do Design de Moda, ao aprofundar a compreensão sobre as fontes de inspiração e a ressonância cultural do vestuário fílmico. Para a Academia, o estudo oferece uma perspectiva analítica sobre a semiótica visual e a teoria do figurino, enriquecendo o debate sobre a interdisciplinaridade entre cinema, moda e design. No âmbito da indústria criativa, a pesquisa aponta para o poder do figurino como ferramenta de branding e impulsor de tendências, evidenciando seu valor estratégico. Além disso, ao desvendar as camadas de significado atribuídas às roupas no cinema, esta investigação contribui para o avanço do conhecimento científico sobre o figurino, reforçando seu estatuto como uma área legítima e complexa de estudo.

A metodologia empregada nesta pesquisa caracteriza-se por uma abordagem qualitativa, fundamentada em uma extensa revisão bibliográfica que abrange desde a história do cinema até a teoria da moda e da semiótica, com especial atenção a teóricos como Gérard Betton e a renomada figurinista Edith Head. O trabalho inclui ainda a análise fílmica como principal método de investigação prática, com a escolha estratégica de “O Iluminado” (1980) como estudo de caso emblemático, devido à sua riqueza visual e ao impacto do figurino na construção de seus personagens e atmosfera. Complementarmente, será realizada uma análise crítica da campanha publicitária Exquisite Gucci, ilustrando a conexão intrínseca entre as esferas do cinema e da moda.

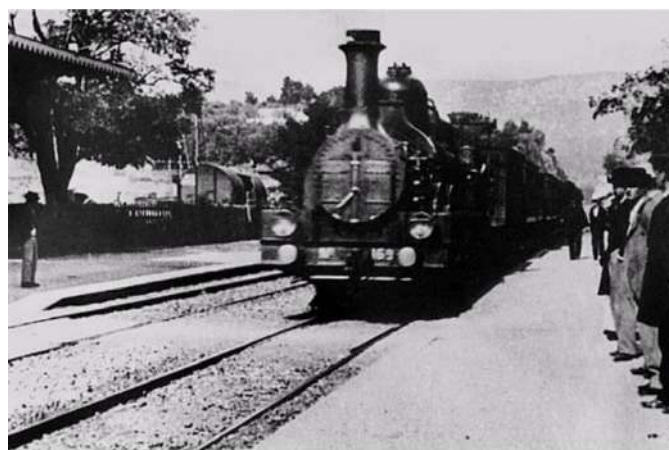
Este trabalho está estruturado em sete capítulos sequenciais, visando a uma compreensão progressiva e aprofundada do tema. O Capítulo 1 irá contextualizar a história do cinema e seu desenvolvimento como sétima arte; o Capítulo 2 começará com a contextualização histórica e teórica do figurino no cinema. Partindo para uma análise das tipologias de figurino, conforme Betton, e seus processos de criação; o Capítulo 3 apresentará o processo de pesquisa para a produção do figurino e a importância do figurinista; o Capítulo 4 irá detalhar o processo de materialização do figurino; o Capítulo 5 apresentará a análise detalhada do figurino em “O Iluminado”; o Capítulo 6 discutirá a influência do cinema na moda, ilustrada pela campanha Exquisite Gucci; e, por fim, o Capítulo 7 sintetizará as conclusões da pesquisa e suas implicações.

1 A HISTÓRIA DO CINEMA

Segundo Jean-Claude Bernardet (1980), o cinema teve início no final do século XIX, por volta de 1895, no Grand Café em Paris, quando os irmãos Lumière apresentaram ao público o cinematógrafo, um equipamento capaz de registrar e projetar imagens em movimento. Embora também existissem experimentos similares, como os de Thomas Edison nos Estados Unidos, foi o cinematógrafo dos Lumière que se destacou por possibilitar exibições públicas. Inicialmente, essa máquina era vista apenas como um instrumento científico, voltado para pesquisas e demonstrações técnicas, antes de ser reconhecida como meio artístico e forma de entretenimento.

O primeiro curta-metragem exibido publicamente foi “A Chegada do Trem à Estação” (1895) dos irmãos Lumière, que mostrava um trem chegando à plataforma ferroviária (Figura 1). A perspectiva da filmagem surpreendeu os espectadores da época, criando a ilusão de que o trem avançava em direção à plateia, um efeito que ficou conhecido como “impressão de realidade”. Como destaca Jean-Claude, “O público está ciente de que as imagens mostradas na tela não são a realidade e até conhece, muitas vezes, os mecanismos de manipulação das mesmas. É aí que residia a novidade: na ilusão. Ver o trem como se fosse verdadeiro.” (BERNADET, 1980, p. 12)

Figura 1: Frame do filme “A Chegada do Trem à Estação” (1895).



Fonte: L'Arrivée d'un train en gare de La Ciotat, 1895.

Na estreia do curta-metragem, um ator e ilusionista profissional conhecido como George Méliès, demonstrou grande interesse em adquirir o equipamento cinematógrafo, mas teve sua proposta recusada. No entanto, em 1896, com

muita determinação e tentativas falhas, Méliès desenvolveu sua própria versão do equipamento, adaptando-se de um projetor Theatrograph 35 mm, projetado pelo inventor britânico Robert W. Paul. Essa iniciativa foi decisiva para que ele se tornasse um dos pioneiros do cinema de ficção e dos efeitos especiais.

George Méliès aperfeiçoou suas técnicas de teatro e ilusionismo para o cinema, alcançando uma grande notoriedade, levando-o a ser conhecido como o precursor dos efeitos cinematográficos. Uma de suas maiores adaptações foi o filme “Viagem à Lua” (1902), uma adaptação da obra de Júlio Verne para o cinema.

Além disso, George não é conhecido apenas por suas técnicas de edições cinematográficas, mas também pela criação de filmes como arte e narrativa, não como um retrato de ações cotidianas, possibilitando criar uma relação mágica entre o cinema e o espectador. Embora Méliès não tenha criado a imagem e movimento com uma câmera, através de suas experimentações foi possível transformar o cinema naquilo que é conhecido como a sétima arte hoje.

No livro “Cinema O Mundo em Movimento” (1995), o autor Inácio Araujo conta que a partir dos anos 10, o cinema se tornou uma linguagem. “As angulações, movimentos de câmera, luz, estilo de interpretação próprio, montagem, enfim, todas as descobertas que aconteceram naquele momento serviram para a constituição de uma linguagem. E a linguagem é, ao lado da técnica, a base de tudo.” (ARAUJO, 1995, p. 43). Essa afirmação evidencia como, ainda nas primeiras décadas do século XX, o cinema deixou de ser apenas uma curiosidade tecnológica para se consolidar como uma forma de expressão artística autônoma, mostrando o que o cinema viria ser nos anos 20.

Muitas transformações marcaram os primeiros anos do cinema em toda a Europa. Na Alemanha, durante a ascensão do expressionismo, destacou-se o filme “O Gabinete do Dr. Caligari”, dirigido por Robert Wiene e lançado em 1920. Poucos anos depois, na França, o cineasta espanhol Luis Buñuel inaugurou o cinema surrealista com “Um Cão Andaluz”, em 1928.

Contudo, em 1923, a definição de sétima arte foi dada ao cinema pelo crítico cinematográfico Ricciotto Canudo, na obra “Manifesto das Sete Artes”. Onde o cinema é reconhecido como a arte total que compõe elementos da

música, teatro, dança, escultura, pintura e literatura. Para Guido Aristarco, Canudo foi “o primeiro e verdadeiro iniciador da teoria cinematográfica” (ARISTARCO, 1961, p. 211). Reconhecendo que ao propor uma teoria que integra diferentes expressões artísticas, Canudo não apenas elevou o cinema, mas também lançou as bases para o desenvolvimento da crítica e da teoria cinematográfica ao longo do século XX.

Durante a década de 1930, o cinema iniciou um período de transformações significativas com a introdução do som nas produções cinematográficas. O estúdio Warner Bros destacou-se nesse contexto ao integrar imagem e som de forma inovadora no filme “O Cantor de Jazz”, dirigido por Alan Crosland. A recepção extremamente positiva por parte do público impulsionou os demais estúdios a adotarem tecnologias semelhantes, marcando o início de uma nova era no setor audiovisual.

Com a consolidação do cinema sonoro, a indústria cinematográfica passou por um processo de amadurecimento artístico, especialmente nos Estados Unidos. Os principais cineastas da época exploraram novos gêneros, como os musicais e os filmes de gangster. As produções passaram a incorporar com mais intensidade os efeitos sonoros e diálogos dramáticos, agregando complexidade e dinamismo às narrativas.

Até meados da década de 1940, os elementos que definiam o cinema como uma forma de arte começaram a ser questionados, reformulados e ampliados. Diretores de Hollywood passaram a retratar diferentes aspectos da realidade com maior autenticidade, priorizando filmagens em locações reais, abordagens mais sérias e profundas de temas sociais e psicológicos, além do uso de estruturas narrativas não lineares, como o flashback. O tradicional “final feliz” também começou a ser deixado de lado, dando lugar a desfechos mais complexos e reflexivos.

Com o avanço das tecnologias cinematográficas na década de 1950, o processo de produção tornou-se significativamente mais ágil e acessível. Câmeras e demais equipamentos passaram a ser mais leves e portáteis, o que permitiu maior mobilidade durante as filmagens sem comprometer a qualidade final das obras. Essas inovações contribuíram diretamente para o surgimento e

a consolidação de produções independentes e de baixo orçamento, ampliando as possibilidades criativas e narrativas no cenário cinematográfico da época, onde surgiria movimentos como Nouvelle Vague, na França, liderado pelos diretores Jean-Luc Godard e François Truffaut.

Nas décadas de 1960 e 1970, ganhou-se destaque o cinema experimental, que se desenvolveu em oposição à lógica de mercado da arte cinematográfica. Nesse contexto, surgiu nos Estados Unidos o movimento conhecido como cinema underground, caracterizado pela abordagem de temáticas provocativas e linguagens não convencionais, afastando-se dos padrões estabelecidos pelo cinema comercial. Frequentemente, essas produções enfrentavam severas restrições e censuras impostas pelo Estado, devido ao seu conteúdo transgressor e à sua postura crítica em relação à sociedade e às grandes instituições.

A partir da década de 1990, observa-se o fortalecimento de um cinema de resistência que se contrapõe à hegemonia da cinematografia euro-norte-americana. Países como Brasil, China, Índia, Irã e os situados na região dos Balcãs passaram a receber maior destaque nesse cenário. “O que se quer pensar é um cinema de resistência que passa pela necessidade de reinventar as fronteiras, construir novas relações e insistir na miscigenação e na diversidade como forma de produção da realidade por vir. São filmes que incorporam na sua narrativa uma gama de outras vozes e imagens, que se perguntam o que é um sujeito hoje, senão aquele que se forma nos entrelugares, nas fronteiras e na mistura (MASCARELLO, 2006, p. 397).”

Com a chegada do século XXI, o cinema passou por transformações significativas, marcadas por uma valorização crescente da diversidade e da representatividade, especialmente em relação às questões raciais e de gênero. Filmes como “Cidade de Deus” (2002) e “O Diabo Veste Prada” (2006) são exemplos notáveis que abordam temas relevantes desse período. Nesse contexto, os filmes de super-heróis e os chamados blockbusters (produções de grande orçamento e ampla distribuição), ganharam destaque e se consolidaram como um dos principais pilares da indústria cinematográfica. Entre as franquias de maior sucesso no início do novo milênio, destacam-se Matrix, Harry Potter, O

Senhor dos Anéis e Homem-Aranha, todas exercendo grande influência na cultura pop até os dias atuais.

2 O FIGURINO NO CINEMA

O figurino constitui-se pelo conjunto de roupas e acessórios utilizados pelos personagens, sendo projetado ou selecionado pelo figurinista de acordo com as demandas do roteiro e as orientações da direção cinematográfica. Sua função transcende a mera vestimenta, uma vez que contribui para a construção do espaço narrativo, situando a obra em determinado contexto histórico e geográfico, reforçando a atmosfera estética pretendida. Além disso, desempenha papel fundamental na definição das características psicológicas, sociais e culturais dos personagens, tornando-se, assim, elemento indispensável para a narrativa audiovisual.

De acordo com a grande figurinista, Edith Head, “O que um figurinista faz é um cruzamento entre mágica e camuflagem. Criamos a ilusão de transformar os atores naquilo que eles não são. Pedimos ao público que acredite que cada vez que vê um artista na tela, ele se transforma em uma pessoa diferente.” Essa ilusão é fundamental para a veracidade da obra, pois o espectador precisa acreditar na identidade construída em cena. Dessa forma, o figurino se consolida como ferramenta de mediação entre a atuação e a percepção do público, garantindo a credibilidade da narrativa.

Desde a década de 1920, Hollywood tem utilizado a imagem de suas atrizes como estratégia de marketing para a promoção e divulgação de filmes. Entretanto, foi apenas a partir de 1930 que estabeleceu uma colaboração direta com a moda parisiense, contratando renomadas estilistas, como Coco Chanel e Elsa Schiaparelli para a criação de figurinos. Ao longo das décadas seguintes, outros grandes nomes da alta-costura, como Christian Dior, Yves Saint Laurent e Giorgio Armani, também contribuíram com a assinatura de figurinos em importantes produções cinematográficas.

Entretanto, o figurinista, por sua vez, tem como função vestir um único indivíduo, conferindo visibilidade e autenticidade à identidade do personagem. Conforme Kalil (2016, p. 68), “sua função e seu talento são, por meio da roupa, deixar absolutamente claro o tipo de personalidade, de caráter, de classe social que a atriz ou o ator vão representar.” Como a caracterização envolve diretamente a construção de identidade, pode ocorrer de o público estabelecer

identificação com a personalidade representada ou mesmo com o ator que a interpreta, o que, em determinados casos, transforma o figurino em referência estética, moda ou tendência. Como é o caso da personagem “Holly” em “Boneca de Luxo” (1961), interpretada por Audrey Hepburn (Figura 2).

Figura 2: Audrey Hepburn como “Holly”, em “Boneca de Luxo” (1961).



Fonte: IMDB.

2.1 Classificações dos Figurinos

Para Gerard Betton, em seu livro “A Estética do Cinema” (1987), faz a seguinte classificação dos figurinos de cinema: 1) figurinos realistas, comportando todos os figurinos que retratam o vestuário da época representado pelo filme com precisão histórica, 2) para-realistas, quando o figurinista se inspira na moda da época para realizar o seu trabalho, mas procedendo de estilização, onde a preocupação com estilo e a beleza prevalece sobre a exatidão pura e simples e 3) simbólicos, quando a exatidão histórica perde completamente a importância e cede espaço para a função de traduzir simbolicamente caracteres, estados de alma, ou ainda, de criar efeitos dramáticos ou psicológicos.

No entanto, a partir da classificação proposta por Betton, observa-se que nem todas as obras cinematográficas podem ser enquadradas rigidamente em uma das categorias de vestuário estabelecidas. Isso ocorre porque, em determinados casos, a construção estética de alguns personagens apresenta inspirações em épocas específicas, ainda que a narrativa esteja ambientada em um período histórico distinto. Um exemplo notável é a obra “Suspiria” (1977), de Dario Argento, na qual a estética das vestimentas, assim como toda a obra, remete ao expressionismo alemão, movimento artístico e cinematográfico dos anos 1920, ainda que a trama se desenvolva em um contexto temporal diverso (Figura 3).

Figura 3: Protagonista Susie.



Fonte: Suspiria, 1977.

2.2 Figurinos Realistas

Conforme apontado por Betton, os figurinos realistas caracterizam-se pela precisão histórica das vestimentas, em concordância com o período retratado pela narrativa fílmica. Tal aspecto pode ser exemplificado pelo longa-metragem japonês Os Sete Samurais (1954), dirigido por Akira Kurosawa (Figura 4) e indicado ao Oscar de Melhor Figurino. A obra é ambientada no Japão feudal, no ano de 1586, tendo como cenário central uma aldeia de camponeses.

Figura 4: Frame de “Os Sete Samurais” (1954).



Fonte: IMDB.

Ao analisar a obra, observa-se que os samurais representados valorizam a funcionalidade e a praticidade de suas vestimentas, mesmo ocupando a posição de guerreiros (Figura 5). Tal escolha pode ser explicada pelo contexto histórico, no qual muitos samurais, à época retratada pelo filme, não estavam vinculados a um comandante fixo, o que se refletia na prioridade dada às armas ao invés de armaduras luxuosas. Na produção dos figurinos, utilizou-se o cânhamo como matéria-prima principal, recurso natural que desempenhou papel fundamental na construção da estética de desgaste e das roupas apresentadas no longa-metragem.

Figura 5: Frame de “Os Sete Samurais” (1954).



Fonte: The 100 Best Movies Of The Past 10 Decades.

No que se refere aos camponeses, suas vestimentas evidenciavam sinais de desgaste e remendos, simbolizando tanto a condição de pobreza quanto a vulnerabilidade diante dos constantes ataques de bandidos às aldeias (Figura 6). Embora o filme seja apresentado em preto e branco, os figurinos foram idealizados em tonalidades terrosas e claras, estabelecendo uma associação direta com a terra e transmitindo uma sensação de fragilidade. As peças, em sua maioria compostas por túnicas e calças largas, reforçavam o modo de vida simples e trabalho árduo desses personagens.

Figura 6: Frame de “Os Sete Samurais” (1954).



Fonte: IMDB.

2.3 Figurinos Para-realistas

No que se conceitua aos figurinos classificados como para-realistas por Betton, observa-se que o contexto histórico exerce papel importante na idealização das vestimentas, mas o que se destaca é a imposição de elementos da moda contemporânea, os quais permitem uma estilização mais diversificada. Esse aspecto pode ser observado no filme “Pobres Criaturas” (2024), de Yorgos Lanthimos (Figura 7), vencedor do Oscar de Melhor Figurino, cuja narrativa acompanha a trajetória de Bella Baxter, uma jovem situada no contexto da Era Vitoriana (1837–1901).

Figura 7: Poster de “Pobres Criaturas” (2023).



Fonte: IMDB.

O figurino do longa-metragem foi desenvolvido por Holly Waddington e Nadia Stacey. Em entrevista concedida à Vogue, Waddington destacou que a equipe de design de produção elaborou um documento com aproximadamente 100 páginas de imagens e referências destinadas a orientar o desenvolvimento estético da obra. Ainda assim, as figurinistas contaram com ampla liberdade criativa na concepção de cada peça, o que permitiu um resultado singular e expressivo.

As principais estéticas que acompanham o filme são o surrealismo e o steampunk. A ideia principal era fazer com que as mangas bufantes e vestidos cheios de Bella Baxter ornassem com toda a vanguarda científica que a obra também aborda (Figura 8). “Trabalhamos bastante com quilting, que é uma técnica de costura feita para criar camadas espessas. São peças aconchegantes e macias. Mas isso precisava mudar depois que ela sai de casa, passando para algo mais colorido, fluido, leve, combinado de forma orgânica também, sem a rigidez vitoriana”, comenta Holly.

Figura 8: Frame de “Pobres Criaturas” (2023).



Fonte: “Pobres Criaturas” (2023).

2.4 Figurinos Simbólicos

Os figurinos simbólicos, por sua vez, caracterizam-se pela ausência de exatidão histórica, abrindo espaço para que a semiótica seja utilizada como recurso capaz de transmitir estados de espírito, aspectos de personalidade ou de criar efeitos dramáticos e psicológicos. Esse tipo de figurino possui a capacidade de expressar elementos que a narrativa, por si só, não alcança. Assim, tecidos, cores e acessórios são selecionados de forma criteriosa, de modo a assegurar que o espectador perceba e absorva completamente a atmosfera da obra.

Ao analisar o remake “Suspiria” (2018) dirigido por Luca Guadagnino (Figura 9), observa-se que o figurino desempenha um papel singular na trama, incorporando e potencializando os diferentes aspectos idealizados na obra. A criação das vestimentas ficou a cargo da figurinista italiana Giulia Piersanti, que, em entrevistas, ressaltou ter buscado valorizar a diversidade etária do elenco feminino presente na narrativa. “Eu realmente queria transmitir isso, mesmo que elas passem o dia como mulheres ‘normais’, levemente excêntricas, na verdade elas estão tramando algo, então queria que houvesse humor e ironia nas escolhas do guarda-roupa”, conta ao site Dazed.

Figura 9: Poster de “Suspiria” (2018).



Fonte: IMDB.

Nas cenas de maior impacto da obra, em que as personagens apresentam a coreografia performática Volk (Figura 10), o figurino utilizado é confeccionado a partir de cordas vermelhas, remetendo à técnica fetichista japonesa conhecida como shibari (Figura 11). O material empregado para a criação dessas peças foi adquirido em sex shops locais, e todo o processo de produção foi realizado manualmente por Giulia Piersanti e sua equipe, com o uso da técnica de moulage.

Figura 10: Foto de divulgação “Suspiria” (2018).



Fonte: IMDB.

Figura 11: Reprodução do croqui do figurino.



Fonte: FFW.

Giulia comenta que, “A energia criada pelas roupas com nós vermelhos, o efeito de gotejar sangue criado pelo peso delas e o modo como elas se movem conforme o movimento potente, fez com que aumentasse a sensação de medo, sobretudo das coisas que estão por vir, para mim, é essa sutileza que é vista em todo o filme, que torna os momentos dramáticos ainda mais aterrorizantes”. A performance do figurino em *Suspiria* configura-se como uma extensão do corpo, constituindo uma linguagem estética marcada por símbolos em constante movimento. Ao romper com a construção tradicional dos trajes presentes no cinema clássico, o figurino assume protagonismo na narrativa, não apenas em sua dimensão visual, mas também em seus aspectos emocionais e conceituais.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA NA PRODUÇÃO DE UM FIGURINO

O primeiro passo no processo de criação de um figurino consiste na leitura atenta do roteiro. Essa leitura deve ser realizada repetidas vezes pelo figurinista, de modo a permitir uma plena imersão na narrativa, a compreensão do contexto em que a trama se desenvolve e, sobretudo, a identificação das características de personalidade de cada personagem. Após essa análise inicial, o diretor oferece informações complementares, fornecendo subsídios que aprofundam a pesquisa do figurinista e orientam o desenvolvimento do trabalho.

As referências constituem um elemento indispensável nesse processo, seja em produções de época ou contemporâneas. Para tanto, o figurinista pode recorrer a diversas fontes, como materiais históricos, livros, filmes, documentários, pinturas, fotografias, jornais, revistas, museus e até mesmo à observação de comportamentos cotidianos.

Uma vez reunidas as referências que dialogam com o conceito da obra, inicia-se a elaboração dos rascunhos dos croquis (Figuras 12 e 13). Posteriormente, esse material é organizado individualmente para cada personagem, reunindo informações que contribuem de forma decisiva para a construção estética de sua caracterização e assegurando coerência entre todas as vestimentas que serão utilizadas.

Figura 12: Croquis dos figurinos de “Cisne Negro” (2010).



Fonte: <https://estantedasala.com/figurino-fazer-roupas-no-cinema>.

Figura 13: Croquis dos figurinos de “Cisne Negro” (2010).



Fonte: <https://estantedasala.com/figurino-fazer-roupas-no-cinema>.

Concluída a etapa de pesquisa e planejamento, o figurinista apresenta seu trabalho aos diretores da produção. Nesse momento, é convocada uma reunião com a equipe a fim de compreender a visão do diretor sobre o projeto e alinhar o conceito estético que deve ser seguido. Em colaboração com o diretor de arte, o figurinista também analisa a paleta de cores definida para a produção (Figura 14), garantindo a harmonia visual e evitando qualquer comprometimento do resultado final. Segundo Adriana Leite e Lisette Guerra (2002), “o figurinista é considerado um diretor artístico de uma produção. Ele define cada tipo de personagem, monta seu guarda-roupa, orienta o estilo da caracterização (cabelo e maquiagem)”.

Figura 14: Paleta de cores de “Cisne Negro” (2010).



Fonte: Cine Media.

Além disso, cabe ao figurinista apresentar a quantidade aproximada de figurinos que cada personagem utilizará. Essa definição é essencial para a criação, pois, independentemente de se tratar de uma produção de grande ou pequeno orçamento, é responsabilidade do figurinista compreender os limites da obra e adaptar-se às condições estabelecidas, conduzindo o processo com criatividade, planejamento e responsabilidade.

4 MATERIALIZAÇÃO DO FIGURINO

A materialização do figurino deve estar alinhada ao orçamento estipulado para a produção, em muitos casos, diante de recursos limitados, torna-se necessário que o figurinista realize um trabalho de pesquisa e seleção em brechós. Atualmente, grande parte desses profissionais mantém um acervo pessoal composto por milhares de peças. A figurinista brasileira Claudia Kopke, por exemplo, destacou em entrevista ao Reset Podcast que, juntamente com sua equipe, precisou percorrer as capitais São Paulo e Rio de Janeiro em busca de roupas que pudessem integrar e enriquecer sua coleção pessoal (KOPKE, 2024).

Sabendo disso, o figurinista é responsável pela gestão de equipe conforme as demandas da produção cinematográfica. Para a execução adequada desse processo, torna-se necessária a contratação de outros profissionais especializados em diferentes áreas, como maquiagem, cabelo, costura e modelagem, além de administradores, que assumem a responsabilidade pela gestão financeira destinada às peças, bem como pelo controle e organização dos figurinos.

A equipe técnica, composta por costureiros, alfaiates e modelistas, deve possuir domínio em moda e indumentária, de modo a executar com precisão os projetos idealizados pelo figurinista. Já a equipe administrativa necessita de conhecimentos específicos sobre o funcionamento de uma produção, sendo responsável por prestar contas de todos os gastos e serviços, além de realizar o planejamento necessário para garantir a eficiência do processo produtivo (Figura 15).

Figura 15: Produção de “Adoráveis Mulheres” (2019).



Fonte: <https://alicealves.com.br/blog/curiosidades/adoraveis-mulheres-o-figurino-inspirado-por-pinturas>.

A fase de materialização do figurino corresponde ao momento em que se coloca em prática todo o planejamento e as análises previamente realizados. O percurso adotado pelo figurinista deve estar alinhado às especificidades da produção em questão. Em narrativas ambientadas em períodos históricos muito remotos, a aquisição de peças prontas mostra-se pouco viável, restringindo-se, em grande parte, ao aluguel ou ao empréstimo de acervos de museus. Ainda assim, é possível identificar algumas peças que possam ser adaptadas às necessidades do projeto.

Em produções contemporâneas, a composição de um acervo de figurinos revela-se significativamente mais acessível, uma vez que há inúmeras possibilidades de aquisição das peças. Contudo, mesmo aquelas obtidas prontas em lojas dificilmente podem ser consideradas adequadas para uso imediato em cena. Na maioria dos casos, necessitam passar por um processo de customização, a fim de conferir-lhes um aspecto de vivência e integrá-las de maneira convincente ao universo narrativo.

A exigência de conferir verossimilhança aos figurinos, de modo que transmitam a impressão de serem efetivamente utilizados pelos personagens, estende-se não apenas às produções contemporâneas, mas também às obras de época. Contudo, para alcançar esse efeito, o figurinista junto à sua equipe,

desempenha o trabalho minucioso de envelhecer as peças de forma artesanal, de modo a eliminar a aparência de “roupa nova”. Em entrevista ao Off Screen Central, a figurinista Linda Muir, responsável pela obra “Nosferatu” (2024), relatou que, em colaboração com a artista têxtil Silvana Sacco, procedeu ao desgaste cuidadoso de um tecido de veludo acinzentado no punho e colarinho da peça. O processo incluiu a aplicação de uma delicada camada de renda dourada, seguida de sucessivas etapas de escurecimento, até que o material alcançasse o aspecto envelhecido e pútrido desejado para a produção (MUIR, 2024) (Figura 16).

Figura 16: Peça envelhecida artesanalmente na produção de “Nosferatu” (2024).



Fonte: Off Screen Central.

5 ANÁLISE DE FIGURINO – “O ILUMINADO” (1980) DE STANLEY KUBRICK

Neste capítulo, apresenta-se uma análise do figurino do filme “O Iluminado” (1980), dirigido por Stanley Kubrick, com figurino assinado por Milena Canonero. Onde, a vestimenta se enquadra no conceito de figurinos simbólicos, conforme proposto por George Betton em “A Estética do Cinema” (1987) onde, conforme já mencionado, desempenham um papel fundamental na narrativa, pois estão carregados de significados e recursos semióticos capazes de transmitir dimensões dramáticas e psicológicas que a trama, isoladamente, não seria capaz de expressar.

The Shining (no Brasil, O Iluminado), lançado em 1980, é um filme de terror psicológico dirigido por Stanley Kubrick e baseado no romance de Stephen King (figura 17). A narrativa acompanha Jack Torrance, aspirante a escritor que aceita o emprego de zelador em um isolado hotel nas montanhas do Colorado durante o inverno. Ao lado de sua esposa Wendy e de seu filho Danny, que possui habilidades psíquicas conhecidas como “o brilho”, Jack enfrenta o isolamento e as influências sobrenaturais do local, que gradualmente o conduzem à loucura. O filme explora temas como a deterioração psicológica, a fragilidade das relações familiares e a presença do mal em espaços aparentemente comuns, consolidando-se como uma das obras mais emblemáticas do gênero e um marco na história do cinema.

Figura 17: Poster de “O Iluminado” (1980).



Fonte: AdoroCinema.

Milena Canonero, responsável pelo figurino do longa-metragem, iniciou sua carreira em colaboração com Stanley Kubrick, com quem desenvolveu os trabalhos em “A Clockwork Orange” (1971), “Barry Lyndon” (1975) e “The Shining” (1980)”. Ao longo de sua trajetória, também atuou em produções de outros diretores renomados, como “The Godfather: Part III” (1990), de Francis Ford Coppola, “Marie Antoinette” (2006), de Sofia Coppola, além de diversas obras de Wes Anderson, entre elas “The Life Aquatic with Steve Zissou” (2004), “The Darjeeling Limited” (2007) e “The Grand Budapest Hotel” (2014).

Embora O Iluminado constitua a contribuição mais consagrada de Milena Canonero ao gênero do horror, sua abordagem ao design de figurino, tanto nessa produção quanto em outros projetos, evidencia um domínio refinado acerca do potencial semiótico e narrativo do vestuário na construção cinematográfica e na configuração da experiência estética do espectador. Em sua prática criativa, Canonero não se limita à função utilitária de vestir os personagens, ao contrário, emprega o figurino como recurso expressivo e simbólico, capaz de enunciar temas subjacentes, instaurar contrastes visuais e consolidar atmosferas imersivas.

No contexto específico de O Iluminado, destaca-se o contraste entre as indumentárias de tonalidades claras utilizadas pelas personagens e os ambientes internos progressivamente sombrios e opressores do hotel, recurso que intensifica a percepção de isolamento e de ameaça latente (figura 18). A escolha por vestimentas aparentemente banais e cotidianas acentua a tensão dramática ao potencializar o impacto do horror súbito e sobrenatural, tornando a trajetória de degradação psíquica de Jack ainda mais inquietante, precisamente por estar ancorada em uma realidade que, à primeira vista, se apresenta como ordinária e familiar.

Figura 18: Frame de “O Iluminado” (1980).



Fonte: “O Iluminado” (1980).

Logo no início da narrativa, Jack Torrance, patriarca da família, é introduzido em uma entrevista de emprego. Nesse momento, o personagem apresenta-se trajando um terno cinza acompanhado de uma camisa de estampa quadriculada, cuja composição visual transmite a ideia de aprisionamento (figura 19). O único elemento cromático que se destaca nesse figurino é a gravata verde (figura 20), adornada por uma padronagem que remete diretamente à vista aérea do labirinto do Overlook Hotel (figura 21). Tal escolha estética sugere que o destino de Jack e de sua família já se encontra definido, mesmo antes de sua chegada ao hotel.

Figura 19: Jack Torrance (1980).



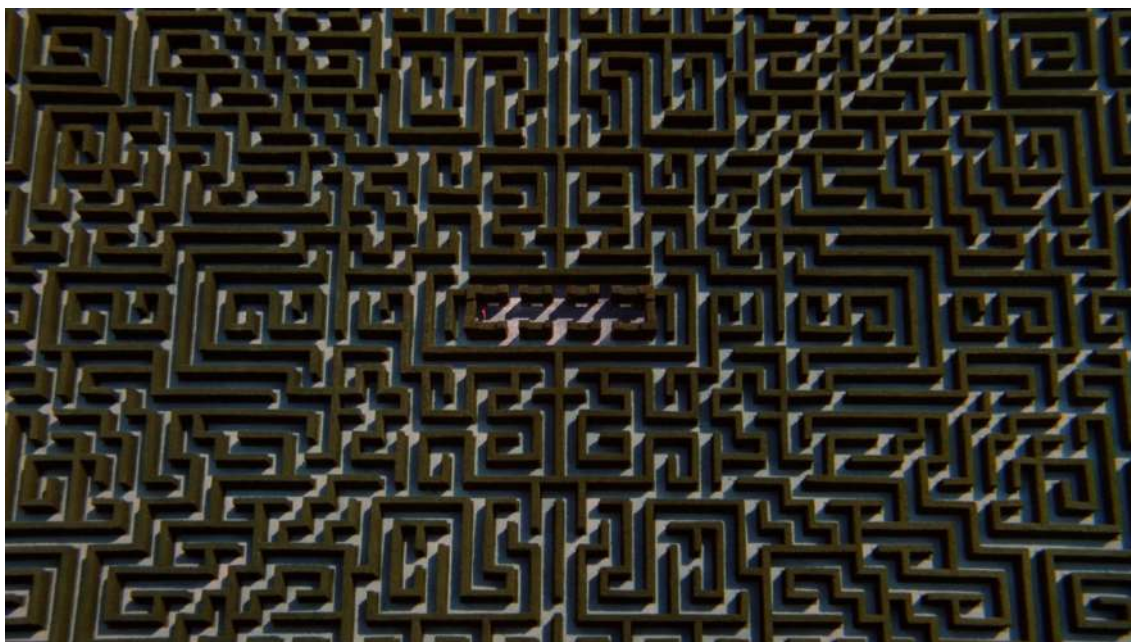
Fonte: “O Iluminado” (1980).

Figura 20: Gravata verde.



Fonte: “O Iluminado” (1980).

Figura 21: labirinto do Overlook Hotel.



Fonte: “O Iluminado” (1980).

Enquanto Jack participa da entrevista de emprego, Wendy e Danny permanecem no apartamento, aguardando o resultado que definiria o destino da família. Nessa cena, ambos trajam vestimentas em tons de azul e vermelho, cores que estabelecem uma conexão simbólica entre a mãe e o filho, unidos pela mesma relutância em relação à mudança para o Overlook Hotel. Na sequência, Danny experimenta um presságio que antecipa a aprovação do patriarca na

entrevista, momento em que o vermelho presente no figurino de ambos adquire um significado simbólico ainda mais expressivo, representando o perigo iminente que a família enfrentará no futuro (figura 22).

Figura 22: Wendy e Danny.



Fonte: “O Iluminado” (1980).

Com a confirmação da aprovação de Jack para o novo cargo no hotel, Wendy decide apoiá-lo, empenhando-se em assegurar que a mudança transcorra de maneira adequada. Nessa cena, tanto Wendy quanto Jack utilizam trajes em tonalidades de marrom, cor associada à sensação de segurança e conforto. Trata-se do único momento em que o casal aparece com roupas cromaticamente harmonizadas, o que simboliza uma conexão momentânea entre os dois. Ao analisar a padronagem do terno de Jack, observa-se um discreto pied-de-poule que remete à imagem de uma cerca, sugerindo que o patriarca já se encontra, de certa forma, submetido às forças e imposições do hotel. Danny, por sua vez, distingue-se visualmente ao vestir roupas em tons de azul, cor que remete à serenidade e o associa diretamente ao seu dom de presságios (figura 23).

Figura 23: Jack, Wendy e Danny a caminho de Overlook.



Fonte: "O Iluminado" (1980).

A família Torrance já está instalada no hotel, e é a partir desse momento que a cor verde passa a ser associada ao próprio espaço do Overlook, especialmente por meio de Jack. Nesta cena, ele aparece pela primeira vez, vestindo uma camiseta em tom verde claro (figura 24), o que sugere simbolicamente o início de sua conexão e subsequente dominação pelo hotel.

Figura 24: Jack vestindo uma camiseta verde.



Fonte: "O Iluminado" (1980).

Em seguida, Wendy e Danny percorrem o labirinto do Overlook, evidenciando novamente a conexão simbólica entre os personagens por meio de suas vestimentas em tons de vermelho e com padronagens xadrez (figura 25). Conforme mencionado anteriormente, a cor vermelha está associada ao perigo, e, nesse contexto, as roupas utilizadas por mãe e filho os fazem parecer alvos vulneráveis enquanto caminham pelo labirinto.

Figura 25: Wendy e Danny caminhando pelo labirinto.



Fonte: “O Iluminado” (1980).

À medida que os dias se passam, Jack mostra-se progressivamente mais influenciado pelas forças do hotel. Paralelamente, observa-se que o tom de verde presente em suas vestimentas torna-se gradualmente mais escuro e intenso, refletindo visualmente o aprofundamento de sua ligação com o Overlook (figura 26 e 27).

Figura 26: Jack vestindo um tom de verde mais escuro.



Fonte: “O Iluminado” (1980).

Figura 27: Jack vestindo um tom de verde mais escuro.



Fonte: "O Iluminado" (1980).

Após ser completamente dominado pelas forças do Hotel Overlook, a cor vermelha volta a se destacar na mise-en-scène¹, sinalizando o perigo iminente que cerca a família. Nesta cena específica, Jack desperta de um pesadelo e é possível observá-lo vestindo uma jaqueta vermelho escuro (figura 28), peça que o acompanhará até o desfecho do filme, funcionando como um marcador visual de sua transformação e da ameaça que representa.

Figura 28: Jack usando uma jaqueta vermelho escuro.



Fonte: "O Iluminado" (1980).

¹ Mise-en-scène é um termo usado no cinema para se referir a tudo o que aparece em cena, como figurinos, cenários, iluminação, objetos e a posição dos atores. Esses elementos ajudam a criar a atmosfera e a transmitir significados ao espectador.

À medida que Jack mergulha em sua perda de sanidade, o desespero de Wendy torna-se progressivamente mais evidente. Suas vestimentas em tons de marrom simbolizam um apelo por conforto e segurança, refletindo sua crescente sensação de isolamento. Conforme o marido se fortalece sob a influência do hotel, Wendy parece se apagar, tanto emocional quanto visualmente. Essa transformação é especialmente perceptível na cena em que o casal discute: ela utiliza um suéter bege que se confunde com os tons do quarto, fazendo-a quase desaparecer diante da presença dominante de Jack, intensificada por sua jaqueta vermelha e por sua postura ameaçadora (figura 29).

Figura 29: Jack e Wendy.



Fonte: "O Iluminado" (1980).

Danny, por sua vez, pressente que algo terrível está prestes a acontecer e, diante dessa percepção, procura por ajuda. Não por acaso, a cor vermelha se sobressai mesmo em meio à escuridão da cena (figura 30), funcionando como um sinal visual da ameaça iminente que se aproxima do garoto.

Figura 30: Danny vestindo vermelho.



Fonte: "O Iluminado" (1980).

Neste momento da narrativa, Jack já iniciou seu ataque, e Wendy, em uma tentativa desesperada de proteger a família, consegue trancá-lo na despensa. Danny, consciente do perigo iminente, mantém-se em estado de alerta, observando atentamente tudo o que acontece ao seu redor.

Wendy, por outro lado, revela-se mais desorientada do que nunca. Embora busque proteger o filho, demonstra incerteza sobre como agir. Sua jardineira marrom transmite simbolicamente uma ideia de segurança e proteção, mas é contrastada pela camisa xadrez verde que utiliza por baixo, a qual sugere sua sensação de aprisionamento diante de uma situação insustentável.

O figurino de Danny também reforça esse simbolismo visual. O casaco marrom que ele veste, colocado sobre sua roupa, representa a tentativa materna de protegê-lo. No entanto, mesmo envolto nessa aparente segurança, a presença da cor vermelha continua a se destacar com intensidade crescente, sinalizando que, apesar dos esforços de Wendy, o perigo permanece cada vez mais próximo e incontrolável (figura 31).

Figura 31: Danny e Wendy.

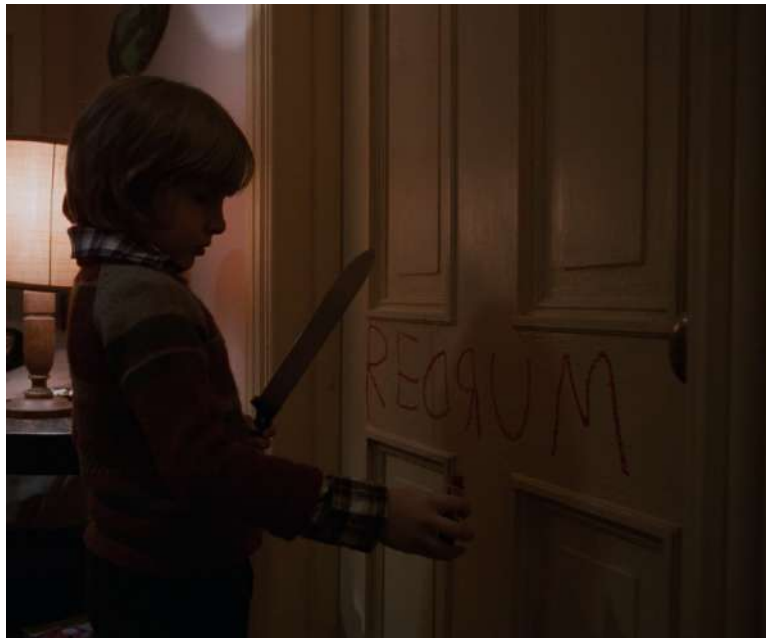


Fonte: "O Iluminado" (1980).

Ao longo da narrativa, Danny questiona insistentemente o significado da palavra “REDRUM” e, em uma cena crucial, seu verdadeiro sentido é finalmente revelado: assassinato. Essa descoberta justifica a escolha do suéter vermelho-escuro com listras verdes e da camisa xadrez que o personagem utiliza, indicando sua condição de extrema vulnerabilidade (figura 32).

Além disso, a combinação cromática de suas vestimentas sugere que o Hotel Overlook passa a exercer uma influência mais direta sobre ele. Até então, Danny jamais havia sido visto usando tonalidades de verde, o que reforça, de maneira simbólica, o avanço do controle do hotel sobre sua mente e seu corpo.

Figura 32: Danny usando suéter vermelho escuro com linhas verdes e camisa xadrez.



Fonte: “O Iluminado” (1980).

Em uma das sequências mais tensas do filme, Wendy, trajando um roupão azul, desperta e acolhe Danny em seus braços, buscando acalmá-lo em meio ao caos. Do lado de fora, Jack se aproxima empunhando um machado, determinado a assassinar os dois. Mãe e filho refugiam-se no banheiro em uma tentativa desesperada de sobrevivência.

Apesar do pânico evidente, o roupão azul utilizado por Wendy assume um papel simbólico de proteção emocional. Envoltos por essa cor, a personagem parece reunir forças para agir: consegue salvar Danny e, em seguida, confrontar Jack. A tonalidade azul, tradicionalmente associada à serenidade e à resistência,

funciona como uma representação visual da coragem que Wendy encontra em si mesma para enfrentar seu maior temor (figura 33).

Figura 33: Wendy usando roupão azul.



Fonte: "O Iluminado" (1980).

Neste momento da narrativa, Jack direciona sua fúria contra o próprio filho, revelando sua completa fusão com o Hotel Overlook, já não existe distinção entre o personagem e o espaço. Ele percorre os corredores com absoluta liberdade, como se fosse uma extensão do próprio edifício. A cor vermelha, presente tanto em seu figurino quanto no ambiente (figura 34), deixa de representar um simples sinal de alerta e passa a simbolizar o domínio: é o hotel, por meio de Jack, que assume o controle de tudo ao seu redor.

Figura 34: Jack dominado pelo ambiente.



Fonte: "O Iluminado" (1980).

Quando Jack percebe que Danny fugiu para a área externa do hotel, a dinâmica entre os personagens começa a se inverter. Ao acender a luz exterior

e adentrar a paisagem coberta de neve, Jack passa a ocupar um espaço que lhe é desfavorável, o lado de fora não lhe pertence (figura 35). Desde o início da narrativa, a cor azul é visualmente associada a Danny, sendo recorrente em seu figurino e funcionando como uma espécie de proteção simbólica. Dentro do labirinto nevado, essa cor parece camuflá-lo, permitindo que o garoto assuma o controle da situação. Nesse contexto, o azul atua não apenas como um elemento de proteção, mas também como uma força orientadora, conduzindo Danny mesmo diante da hostilidade do ambiente (figura 36).

Figura 35: Jack indo para o exterior do hotel.



Fonte: "O Iluminado" (1980).

Figura 36: Danny no labirinto coberto de neve.



Fonte: "O Iluminado" (1980).

Jack não considera, em nenhum momento, a possibilidade de perder o controle da situação. Contudo, ao sair para a parte externa do hotel, seu poder começa a enfraquecer. O vermelho de seu figurino, até então símbolo de ameaça

e dominação, é quase completamente neutralizado pelo branco da neve, sinalizando a perda de sua força simbólica (figura 37). A partir do instante em que atravessa os limites do Overlook, seu destino parece inevitável. Fora de seu território, Jack não consegue se impor, e torna-se incapaz de enfrentar a imensidão do azul, cor associada a Danny desde o início da narrativa.

É nesse ambiente externo, onde o azul prevalece, que Danny e Wendy conseguem escapar, fugindo do hotel em meio a uma intensa tempestade de neve. Dessa forma, rompe-se, ainda que momentaneamente, a influência destrutiva do Overlook sobre a família.

Figura 37: Jack perde sua força em meio a neve.



Fonte: "O Iluminado" (1980).

No frame em que Jack é mostrado congelado, evidencia-se de forma clara qual cor prevalece. A neve estende-se por toda a cena, conferindo à imagem um tom azul-claro que domina a composição visual. As tonalidades verde e vermelha encontram-se subjugadas, encobertas pela frieza do ambiente. O próprio Jack Torrance adquire essa coloração azulada, permanecendo assim eternamente, imobilizado e isolado sob o domínio gélido do cenário (figura 38).

Figura 38: Jack congelado pela neve.



Fonte: “O Iluminado” (1980).

6 DO CINEMA PARA CAMPANHA DE LUXO – EXQUISITE GUCCI

As produções cinematográficas de Stanley Kubrick e sua abordagem única e visionária inspiraram Alessandro Michele, então diretor criativo da maison italiana Gucci, a desenvolver uma campanha que presta homenagem à obra do aclamado cineasta. Intitulada Exquisite Gucci, a campanha remete diretamente a clássicos como 2001: Uma Odisseia no Espaço (1968), Laranja Mecânica (1971), O Iluminado (1980), Barry Lyndon (1975) e De Olhos Bem Fechados (1999). Composta por imagens e um fashion film, a proposta insere modelos em cenários cuidadosamente reconstruídos a partir do universo visual de Kubrick.

Segundo Michele, a campanha representa uma declaração de amor ao cinema e a um de seus maiores mestres. Em entrevista concedida à imprensa, afirmou: “Sempre me encantei com o cinema, por seu poder de contar histórias que sondam a aventura humana à deriva. A campanha é minha homenagem ao cinema e a um de seus maestros mais brilhantes.”

A afinidade entre o olhar estético de Kubrick e a visão criativa de Michele revela-se evidente na forma como os elementos visuais da filmografia do diretor são

reinterpretados pelas lentes da moda contemporânea. Um dos exemplos mais emblemáticos é a releitura de uma das cenas mais icônicas de 2001: Uma Odisseia no Espaço, na qual a imagem do astronauta de costas para a câmera, em traje espacial, contrasta com um vestido verde de babados em tule, uma composição entre o futurismo e o romantismo barroco (figura 39).

Figura 39: Releitura de 2001: Uma Odisseia no Espaço.



Fonte: Gucci.

A campanha também explora a estética provocativa de Laranja Mecânica (figura 40), cuja reconstrução visual levanta dúvidas sobre tratar-se de um remake ou de uma montagem digital, tamanha a precisão com que os enquadramentos e os detalhes originais foram reproduzidos pelos fotógrafos Mert & Marcus. Já em Barry Lyndon, cenas oníricas ganham novos contornos com a presença de trajes vitorianos adornados com o logotipo da colaboração entre Gucci e Adidas, desafiando as fronteiras entre alta-costura e cultura pop (figura 41).

Michele descreve esse processo como uma espécie de reprogramação simbólica: “Manipular suas imagens dentro de uma nova estrutura semântica é como hackear a Mona Lisa. Mas a inspiração e a empatia só são possíveis através da máquina cinematográfica ficcional.”

Figura 40: Releitura de “Laranja Mecânica”.



Fonte: Gucci.

Figura 41: Releitura de “Barry Lyndon”.



Fonte: Gucci.

Já o vestido desenhado por Laura Whitcomb, eternizado por Madonna nos anos 1990, harmoniza-se com perfeição à atmosfera gótica de *O Iluminado* (figura 42). Em *De Olhos Bem Fechados*, a obscuridade ritualística é incorporada por uma figura envolta em pérolas burguesas e peles sensuais, evocando a figura da *Vênus moderna* (figura 43). Em *Laranja Mecânica*, sapatos dos anos 1990 com apelo fetichista surgem como elementos de destaque, rompendo com os limites do tempo e da narrativa tradicional (figura 44).

Figura 42: Releitura de “O iluminado”.



Fonte: Gucci.

Figura 43: Releitura de “De Olhos Bem Fechados”.



Fonte: Gucci.

Figura 44: Releitura de “Laranja Mecânica”.



Fonte: Gucci.

A campanha, imersa nas referências cinematográficas deixadas por Kubrick, reflete a admiração profunda de Michele pelo cineasta. “Sempre admirei a notável capacidade de Kubrick em abordar temas tão diversos. Seu impulso experimental transcende qualquer categorização. Cada filme digere múltiplas almas, onde a distopia encontra a paródia, o drama torna-se comédia humana, o horror se transforma em tratado psicofilosófico, e o sentimento de verdade evolui para o assombroso. Kubrick era, em essência, um verdadeiro escultor de gêneros, um diretor cross-genre, à frente de seu tempo. Sua habilidade de construir narrativas que ultrapassam significados, cruzam fronteiras e desafiam classificações sempre foi, para mim, profundamente inspiradora.”. Comenta o diretor criativo.

7 CONCLUSÃO

A presente pesquisa, que se propôs a investigar e compreender a importância do figurino como elemento fundamental na narrativa cinematográfica e a responder como este funciona como instrumento de comunicação visual e qual sua influência na formação de tendências de moda contemporânea, alcançou plenamente seus objetivos. Ao longo do trabalho, demonstrou-se que o figurino transcende sua função estética, atuando como um elemento narrativo e semiótico crucial. Foram investigadas a evolução histórica do figurino no cinema, as classificações de Gérard Betton (realista, para-realista e simbólico) e os processos de sua criação, confirmando que este elemento é essencial para estabelecer contexto histórico, criar atmosfera estética e aprofundar a psicologia dos personagens. A análise bem-sucedida das classificações de Betton, exemplificada por diversos filmes, solidificou essa compreensão. Adicionalmente, o estudo de caso do filme “O Iluminado” (The Shining) ilustrou de forma contundente o uso simbólico das cores e padrões no figurino, revelando camadas de significado que enriquecem a experiência do espectador. Por fim, explorou-se a intersecção entre cinema e moda, confirmando que o figurino cinematográfico exerce uma influência direta e comprovada na formação das tendências de moda contemporânea, como evidenciado pela campanha “Exquisite Gucci”.

Esses resultados sublinham que o figurino é muito mais do que mera vestimenta; é um componente poderoso da linguagem cinematográfica que molda a percepção do público e estabelece pontes dinâmicas com o universo da moda, reforçando sua relevância cultural e econômica. É imperativo reconhecer, contudo, as limitações inerentes a este estudo. A análise concentrada em um único filme como estudo de caso principal, a perspectiva restrita a produções de cinema de ficção e as dificuldades em quantificar o impacto direto do figurino no mercado de moda representam delimitações importantes para a abrangência das conclusões. Nesse sentido, sugere-se que futuras pesquisas possam expandir a análise para um maior número de obras, contemplar o figurino em documentários ou outras formas de cinema não-ficcional, e aprofundar a investigação sobre os mecanismos de transposição do figurino do cinema para o consumo de massa no mercado da moda, utilizando metodologias que

permitam uma análise mais quantitativa desse fenômeno. Não obstante as limitações, o presente trabalho oferece uma contribuição significativa para a área do Design de Moda, para a comunidade acadêmica e para a indústria criativa, ao solidificar a compreensão do figurino não apenas como arte aplicada, mas como um potente veículo de comunicação e influência cultural, pavimentando o caminho para uma valorização ainda maior deste elemento no cenário cinematográfico e fashion.

REFERÊNCIAS

- VASILE, Alexandra. The Illusory Tableaux of Georges Méliès. **Harvard Film Archive**. 1 fev, 2025. Disponível em: <<https://harvardfilmarchive.org/programs/the-illusory-tableaux-of-georges-melies>>. Acesso em: 19 ago. 2025.
- MASCARELLO, Fernando. **História do cinema mundial**. Campinas: Papirus, 2006.
- ARAUJO, Inácio. **Cinema: O mundo em movimento**. São Paulo: Scipione, 1995.
- BERNADET, Jean-Claude. **O que é cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- ARISTARCO, Guido. **História das teorias do cinema**. Trad. Maria Helena Sacadura e Júlio Sacadura. Lisboa: Arcádia, 1961. (p. 211).
- KREUTZ, Katia. Mudanças na indústria cinematográfica. **Academia Internacional do Cinema**. 10 Abr, 2019. Disponível em: <https://www.aicinema.com.br/mudancas-na-industria-cinematografica>. Acesso em: 28 ago. 2025.
- BETTON, Gérard. **A Estética do cinema**. Trad. Marina Appenzeller. São Paulo: Martins Fontes, 1987. (Coleção OPUS-86).
- GUIMARÃES, Maria Paula; RIBEIRO, Rita Aparecida da Conceição. **O cinema como criador de tendências e fonte de pesquisa histórica na Moda**. Modapalavra e-periódico, Florianópolis, v. 12, n. 25, p. 10-60, 2019.
- PIRES MARQUES, Janote; SANTO DE ALMEIDA, Regina Célia. **Figurino e cinema: uma experiência didática na formação acadêmica do designer de moda**. Projética, Londrina, v. 9, n. 1, p. 39–52, 2018. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/30554>. Acesso em: 08 set. 2025.
- COSTA, Francisco Araújo. **O figurino como elemento essencial da narrativa**. Sessões do imaginário, Porto Alegre, n. 8, ago. 2002.
- FARAH, Alexandra. **101 filmes para quem ama moda**. São Paulo, SP: SENAI-SP Editora, 2016.

MENEGHETTI, Guilherme. Do figurino ao casting, tudo o que você precisa saber sobre Suspiria, novo filme de Luca Guadagnino. **FFW**. 29 nov, 2018. Disponível em: <https://ffw.com.br/noticias/cinema/do-figurino-ao-casting-tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-suspiria-novo-filme-de-luca-guadagnino>. Acesso em: 08 set. 2025.

LEITE, Adriana; GUERRA, Lisette. **Figurino: uma experiência na televisão**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

KOPKE, Claudia. Entrevista ao Reset Podcast. Post. [S. l.]: Instagram, novembro, 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DDdDzTmRdTI/>. Acesso em: 08 set. 2025.

MUIR, Linda. Entrevista para o site Off Screen Central. Novembro 2024. Disponível em: <https://offscreencentral.com/2024/11/26/nosferatu-interview-with-costume-designer-linda-muir>. Acesso em: 09 set. 2025.

Milena Canonero. **Horror d'Elite**. Setembro 2024. Disponível em: <https://horrordelite.art/en/milena-canonero>. Acesso em: 03 out. 2025.

BARTHES, Roland. O sistema da moda. São Paulo: Nacional, 1984.

SEGATTI, Ana Livia. Gucci Exquisite: uma ode a Stanley Kubrick. **L'Officiel**. 29 ago, 2022. Disponível em: <https://www.revistalofficiel.com.br/moda/gucci-exquisite-stanley-kubrick>. Acesso em: 17 out, 2025.

FUSARI, Gabriel. Gucci lança campanha inspirada em filmes de Stanley Kubrick. **FFW**. 26 ago, 2022. Disponível em: <https://ffw.com.br/noticias/moda/gucci-lanca-campanha-inspirada-em-filmes-de-stanley-kubrick/>. Acesso em: 17 out, 2025.

CORDEIRO, Angelo. Gucci lança campanha inspirada na estética dos filmes de Stanley Kubrick. **RollingStone Brasil**. 28 jul, 2025. Disponível em: <https://rollingstone.com.br/cinema/gucci-lanca-campanha-inspirada-estetica-filmes-stanley-kubrick/>. Acesso em 17: out, 2025.