
MODA NO STORYTELLING DO CINEMA

Estudante(s): Amanda Costa Grama 419005939@gabarito.email

Orientador(es): Laís Estevão Moraes de Oliveira olimpiadas.udi@gabaritoeducacao.com

Coorientador(es): Ediluce Batista Silveira (ediluce.silveira@gabarito.pro.br); Mariana Bisoia Quillici (coordenacao1.rondon@gabarito.g12.br); Priscilla Cardoso Pereira Barbosa priscilla (coordenacao7.rondon@gabarito.g12.br)

Escola: Gabarito Educação

Resumo

Esta pesquisa analisa a aproximação da moda e o cinema, e a maneira que se correlacionam para criar o storytelling dentro de uma obra e a tornar coesa. A primeira parte é destinada para introduzir os conceitos apresentados, mostrar os diferentes meios para alcançar essa conexão, além de trazer uma pequena parte de suas respectivas histórias, com o intuito de incitar maior entendimento do que será tratado no trabalho. A segunda se concentra no aprofundamento da discussão sobre as diversas finalidades da moda na indústria cinematográfica e seu impacto no storytelling, trazendo como repertório exemplos de obras onde essa ligação é visível. A partir disso, tem como objetivo aproximar dois campos de influência da sociedade - moda e cinema. Para criação do trabalho, a pesquisa foi, principalmente, com artigos, textos e análises de diferentes filmes.

Palavras-chave: análise; cinema; história; moda; storytelling

1 INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA

Cinema e moda estabelecem uma relação simbiótica na qual ambas as áreas se fortalecem mutuamente. O cinema utiliza a moda como recurso narrativo essencial para a construção de personagens, ambientação temporal e desenvolvimento simbólico das histórias. Por sua vez, a moda encontra na indústria cinematográfica uma vitrine de alcance global, capaz de consolidar tendências, reforçar identidades e ampliar a visibilidade de marcas e estilistas.

Desde os primórdios da sétima arte, o figurino ultrapassa a função meramente estética, constituindo-se como elemento expressivo que comunica valores sociais, culturais e psicológicos. As roupas revelam pertencimentos, conflitos, transformações internas e posicionamentos ideológicos, tornando-se parte estruturante do storytelling cinematográfico. Assim, compreender a intersecção entre moda e cinema implica analisar seu papel na formação

de subjetividades, na circulação de padrões estéticos e na consolidação de discursos culturais. Este trabalho justifica-se pela relevância contemporânea do tema, considerando o impacto da cultura audiovisual na sociedade globalizada. A investigação busca demonstrar como a moda atua como ferramenta narrativa estratégica no cinema, influenciando identidades, tendências e processos de significação.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Analisar a relação entre moda e cinema, compreendendo de que maneira o figurino e os elementos visuais influenciam a narrativa cinematográfica, a construção de identidades e a formação de tendências culturais.

2.2 Objetivos Específicos

- Examinar o uso da moda no storytelling cinematográfico;
- Identificar como o figurino contribui para a construção de personagens;
- Analisar a função da moda na ambientação temporal;
- Discutir a influência do cinema no lançamento de tendências;
- Problematizar o conceito de anacronismo em produções audiovisuais.

3 METODOLOGIA

A pesquisa caracteriza-se como qualitativa, de natureza exploratória e descritiva. Inicialmente, realizou-se revisão bibliográfica sobre moda, cinema e storytelling, a partir de livros, artigos acadêmicos e dissertações. Essa etapa permitiu fundamentar teoricamente as discussões e compreender os principais conceitos envolvidos.

Posteriormente, procedeu-se à análise de obras cinematográficas selecionadas por apresentarem figurinos relevantes para a construção narrativa. Foram observados aspectos como

caracterização de personagens, ambientação histórica, simbolismos cromáticos e impacto cultural.

Além disso, foram considerados estudos de caso que evidenciam a influência do figurino na recepção do público e na consolidação de tendências. A análise buscou relacionar teoria e prática, verificando como os conceitos discutidos se materializam nas produções audiovisuais.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1 Moda: Conceito e Evolução

A moda, inicialmente relacionada à proteção corporal, transformou-se ao longo da história em forma de expressão cultural, social e política. Sua etimologia deriva do latim *modus*, significando maneira ou estilo. Com o desenvolvimento das sociedades urbanas, especialmente a partir do século XV, o vestuário passou a refletir distinções de classe, identidade e pertencimento.

Ao longo dos séculos, a moda acompanhou transformações sociais significativas, como mudanças nos papéis de gênero e avanços tecnológicos. Dessa forma, constitui-se como linguagem simbólica que expressa valores e estruturas sociais.

4.2 Cinema: Origem e Desenvolvimento

O cinema surge no final do século XIX, consolidando-se como linguagem artística capaz de integrar imagem, som e movimento. Considerado a sétima arte por Ricciotto Canudo, desenvolveu-se rapidamente, passando do cinema mudo à incorporação do som e, posteriormente, da cor.

Além de entretenimento, o cinema funciona como documento histórico e instrumento cultural, refletindo transformações sociais e tecnológicas. Sua capacidade narrativa amplia-se por meio de recursos visuais e sonoros que constroem universos simbólicos complexos.

4.3 Storytelling

O storytelling consiste na técnica de contar histórias de maneira estruturada, utilizando elementos narrativos para transmitir mensagens e provocar identificação emocional. Popularizado pelos estudos de Joseph Campbell sobre a “jornada do herói”, o conceito ultrapassa o campo literário e aplica-se ao cinema, à publicidade e à moda.

No cinema, o storytelling organiza roteiro, ambientação, trilha sonora e figurino, integrando elementos verbais e não verbais. Nesse contexto, a moda torna-se recurso narrativo fundamental.

5 MODA COMO FERRAMENTA NARRATIVA NO CINEMA

5.1 Construção de Personagem

O figurino desempenha papel essencial na caracterização psicológica e social dos personagens. Por meio de cores, tecidos, modelagens e acessórios, comunica traços de personalidade, posição social e transformações internas.

Mudanças no vestuário ao longo da narrativa podem simbolizar amadurecimento, ruptura ou conflito. Assim, o figurino atua como linguagem não verbal que complementa o roteiro e amplia a compreensão do espectador.

5.2 Identidade Visual

A identidade visual refere-se ao conjunto de elementos que tornam um personagem reconhecível. Trajes marcantes contribuem para a consolidação de figuras icônicas na cultura popular, favorecendo processos de identificação e memorização.

No cinema comercial, especialmente em produções voltadas ao grande público, a construção visual estratégica facilita a difusão da obra e fortalece seu potencial mercadológico.

5.3 Desenvolvimento de Referências e Intertextualidade

A moda também pode funcionar como recurso intertextual, evocando obras anteriores ou períodos históricos. Referências visuais estabelecem conexões simbólicas que enriquecem a narrativa e criam camadas de significado.

Essas estratégias ampliam a experiência do espectador, estimulando reconhecimento cultural e aprofundamento interpretativo.

5.4 Ambientação Temporal

O figurino é elemento fundamental para situar a narrativa em determinado período histórico ou contexto futurista. A precisão nos trajes garante verossimilhança e contribui para a imersão do público.

A pesquisa histórica rigorosa torna-se essencial para evitar inconsistências cronológicas, conhecidas como anacronismos. Quando utilizados inadequadamente, tais erros comprometem a coerência narrativa. Entretanto, em algumas produções contemporâneas, observa-se o uso intencional de anacronismos como estratégia estética para aproximar obras históricas do público atual.

5.5 Influência e Lançamento de Tendências

O cinema exerce forte influência sobre o consumo e o comportamento social. Figurinos marcantes frequentemente ultrapassam as telas, impactando passarelas e o vestuário cotidiano.

Parcerias entre produções cinematográficas e marcas consolidam esse fenômeno, criando ciclos de influência mútua. Assim, o cinema não apenas reflete tendências, mas também as cria e redefine.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise realizada demonstra que moda e cinema estabelecem relação profunda e estruturante. O figurino não se limita à ornamentação estética, mas constitui elemento narrativo essencial para a construção de personagens, ambientação temporal, identidade visual e desenvolvimento simbólico das obras.

Observa-se que a moda atua como linguagem comunicativa capaz de traduzir emoções, valores sociais e transformações internas, ampliando a potência do storytelling cinematográfico. Além disso, sua influência ultrapassa a dimensão artística, impactando tendências de consumo e comportamentos culturais.

Conclui-se, portanto, que a moda desempenha papel estratégico na narrativa cinematográfica, consolidando-se como ferramenta indispensável para a construção de significados e para a articulação entre estética, cultura e mercado.

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jacques. A imagem. São Paulo: Papirus, 1993.

CAMPBELL, Joseph. O herói de mil faces. São Paulo: Ágora, 2003.

CRANE, Diana. Moda e seu papel social. São Paulo: Senac, 2013.

FERRO, Marc. Cinema e história. São Paulo: Paz e Terra, 1992.

HELLER, Eva. A psicologia das cores. Barcelona: Gustavo Gili, 2018.

SVENDSEN, Lars. Filosofia da moda. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SOARES, L.; CAMPOS, M. Moda e cinema: a influência do figurino na caracterização do personagem. Art&Sensorium, 2017.